

Оригинальная статья / Original article

[https://doi.org/10.34680/EISCRT-2026-1\(14\)-211-238](https://doi.org/10.34680/EISCRT-2026-1(14)-211-238)

5.7.7. Социальная и политическая философия
УДК 004.738.5:316.776.4



ВИРУСНАЯ ПРИРОДА ЦИФРОВЫХ МЕМОВ: КАК ДЕГРАДИРУЮТ СМЫСЛЫ В МАССОВОМ ОБЩЕСТВЕ



Арсен Стоян,
Мурманский арктический
университет
(Мурманск, Россия)

Arsen Stoyan,
Murmansk Arctic University
(Murmansk, Russia)

ORCID: 0000-0001-5552-3368
e-mail: stoyan.arsen@mail.ru



Ольга Мачкарина,
Мурманский арктический
университет
(Мурманск, Россия)

Olga Machkarina,
Murmansk Arctic University
(Murmansk, Russia)

ORCID: 0000-0003-1263-8784
e-mail: machkarinaod@mauniver.ru

Аннотация. Современное общество массового человека, проходящее активные стадии цифровизации многих сфер социально-экономических отношений, кроме структурирования появляющейся цифровой экосистемы настоятельно нуждается в стандартизации коммуникации. Это требует внедрения понятных языковых и визуальных форм, которые будут не только активно передавать заложенный в определенном сообщении смысл, но и формировать определенные формы общения, а также генерировать новые культурные коды. Современные интернет-мемы нельзя рассматривать просто как набор тематических картинок, направленных на донесение до массовой аудитории определенных сообщений. Для общества массового человека подобный формат общения становится инструментом более скорого и понятного донесения нужного смысла, мотивирующего получателя к конкретному действию. Тем не менее подобная стандартизация общения несет с собой и высокий фактор риска не только в части обеднения коммуникации, но и в плане утраты важнейших семантических смыслов. Мемы способны кратко предавать определенные смыслы, обычная трансляция которых требует гораздо большее количество словесных конструкций, но подобные значения крайне ограничены и односторонни. Приучившись к восприятию лишь одного определенного смысла в виртуальном знаке, представленного в виде мема, массовый человек практически утрачивает доступ к восприятию множества иных смыслов, заложенных в многочисленных пластах языка. Это уже в недалеком будущем угрожает повальной примитивизацией культурных кодов. Что в дальнейшем может привести к индивидуальной и социальной деградации, снижению темпов развития общества в связи с невозможностью восприятия как более сложных языковых конструкций, так и специализированной информации, необходимой хотя бы для поддержания текущего уровня работоспособности техники и владения технологиями.

Ключевые слова: интернет-мем, массовый человек, цифровизация, обеднение языка, массовое общество, культурный код, множественность смыслов, виральность.

Финансирование: исследование не имело спонсорской поддержки (собственные ресурсы).

Для цитирования статьи:

Стоян, А. А., & Мачкарин, О. Д. (2026). Вирусная природа цифровых мемов: как деградируют смыслы в массовом обществе. *Индустрии впечатлений. Технологии социокультурных исследований (EISCRT)*, 1(14), 211–238. [https://doi.org/10.34680/EISCRT-2026-1\(14\)-211-238](https://doi.org/10.34680/EISCRT-2026-1(14)-211-238)

THE VIRAL NATURE OF DIGITAL MEMES: HOW MEANINGS DEGRADE IN MASS SOCIETY

Abstract. Modern mass society, which is undergoing active stages of digitalization in many areas of socio-economic relations, urgently needs to standardize communication in addition to structuring the emerging digital ecosystem. This requires the introduction of understandable linguistic and visual forms that will not only actively convey the meaning inherent in a particular message, but also form certain forms of communication, as well as generate new cultural codes. Modern Internet memes cannot be considered simply as a set of thematic images aimed at conveying certain messages to a mass audience. For a mass society, such

a communication format becomes a tool for faster and clearer communication of the desired meaning, motivating the recipient to take a specific action. Nevertheless, such standardization of communication carries with it a particularly high risk factor, not only in terms of impoverishment of communication, but also in terms of the loss of important semantic meanings. Memes are able to briefly convey certain meanings, the usual translation of which requires a much larger number of verbal constructions, but such meanings are extremely limited and one-sided. Having become accustomed to the perception of only one specific meaning in a virtual sign, represented as a meme, the mass person practically loses access to the perception of many other meanings embedded in numerous layers of language. This threatens the widespread primitivization of cultural codes in the near future. This can further lead to individual and social degradation, a decrease in the pace of development of society due to the inability to perceive both more complex language structures and specialized information necessary at least to maintain the current level of equipment operability and technology proficiency.

Keywords: internet meme, mass man, digitalization, impoverishment of language, mass society, cultural code, multiple meanings, virality.

Funding: the research had no sponsorship (own resources).

For citation:

Stoyan, A. A. & Machkarina, O. D. (2026). The viral nature of digital memes: how meanings degrade in mass society. *Experience Industries. Socio-Cultural Research Technologies (EISCRT)*, 1(14), 211–238. [https://doi.org/10.34680/EISCRT-2026-1\(14\)-211-238](https://doi.org/10.34680/EISCRT-2026-1(14)-211-238)

Почему интернет-мемы – это не просто «веселые картинки»

Для современного массового общества, в котором цифровизация касается все большего числа социально-экономических и коммуникативных процессов, в условиях бесконечно больших массивов информации важными факторами становятся ее стандартизация и структурирование. Получается, что находящийся в эпицентре трансформационного воздействия массовый человек, чей тип мышления будет преобладающе клиповым, постоянно нуждается во все более наглядных и намеренно избегающих каких бы то ни было сценариев усложнения способах представления и донесения информации.

Мемы как раз и являются одним из способов наглядного донесения определенного однонаправленного смысла. Тогда как их универсальность определяется возможностью вирального распространения и самовоспроизведения. С зарождением Интернета мемы стали продуцироваться сначала в рамках узких Интернет-сообществ по интересам, а затем получили значительно более широкое применение благодаря своей универсальности, возможности быстрого донесения определенных типов сообщений, а также за счет формирования понятного большинству смысла с опорой на определенные объекты массовой культуры. Например, Интернет-мемы на основе кадров, сюжетов или героев известных фильмов, способные воспроизвести в рамках одной картинки определенную, знакомую миллионам людей ситуацию или эмоцию.

Российские исследователи В. А. Борисенко и Т. Н. Мкртчян не случайно подчеркивают, что

«основной сферой распространения и функционирования мемов является виртуальное пространство сетевой коммуникации. Однако мемы давно перестали быть только средством развлечения, они стали массово использоваться в самых разнообразных сферах, начали активно влиять на многие аспекты жизни общества. Одними из самых распространенных сфер применения мемов в манипулятивных целях являются политика, образование и коммерция» [Борисенко & Мкртчян, 2022: 39].

В цифровую эпоху философское осмысление мемов в первую очередь будет касаться вопросов исследования способов генерации и распространения не только новых форм общения и доведения информации, но также и формирования иных культурных кодов.

Так, отечественный исследователь А. В. Гликина отмечает, что

«изучение интернет-мемов имеет большую актуальность в современном цифровом пространстве, где мемы становятся не только средством коммуникации, но и орудием формирования определенного мировоззрения и культурной идентичности» [Гликина, 2024: 151].

При этом само понимание мема возникло еще в доцифровую эпоху, когда Интернет еще находился в зачаточном состоянии и даже не рассматривался как глобальный конкурент более привычным и традиционным средствам массовой информации. Выдающийся британский эволюционный биолог Ричард Докинз в известной работе «Эгоистичный ген» (1976 г.) заложил философско-концептуальную основу для введения понятия «мем» и его дальнейшего научного обоснования. Согласно определению Докинза, мем – это

«единица передачи культурного наследия или единица имитации» [Докинз, 2013: 79].

Тем самым мем определяется как культурный аналог гена, являя собой единицу культурной информации (это может быть определенная идея, технология, музыкальное или же визуальное произведение), которая репродуцируется от человека к человеку через имитацию. Схожесть мемов с генами также определяется и возможностью их «естественного» отбора в социальных средах, в рамках которого выживание и распространение (виральность) мема производится через адаптацию и наглядность, способность привлечь внимание, воспроизводить определенный смысл, запоминаться и передаваться далее по цепи распространения информации.

Российский исследователь Н. А. Зиновьева справедливо отмечает, что главное свойство мема состоит в том, что

«создавая и передавая мемы, пользователь реконструирует и транслирует в Интернет-сообщество свое миропонимание, тем самым делая его публичным, укрепляя соответствующие позиции у других пользователей. Если его переживания находят отклик, то мем продолжает передаваться» [Зиновьева, 2015: 195].

В таком контексте культурные смыслы сводятся к возможности привлечения внимания и воспроизводимости в общей экосистеме массового человека посредством конкуренции за «умы» через наглядность и универсальность донесения определенной информации. Отныне человек более не является сознательным творцом, теперь он выступает как носитель и распространитель самореплицирующихся культурных единиц – мемов.

“Welcome to the real world, Neo”: философская интерпретация мема

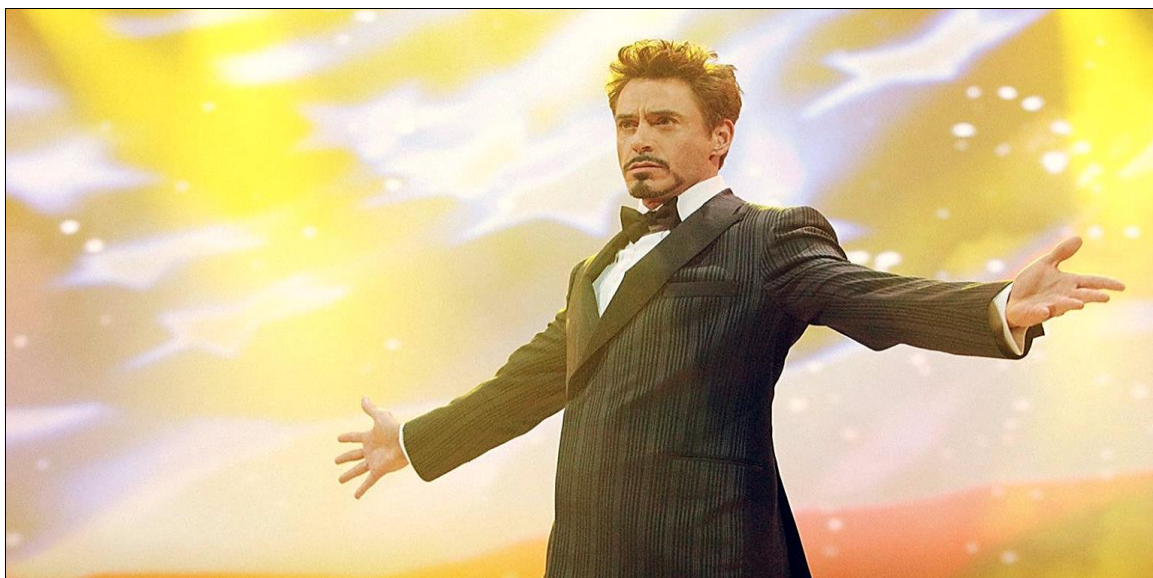
Если знаменитый английский этолог и популяризатор науки Ричард Докинз дал мему первое определение и закрепил основные правила его существования, то дальнейшее развитие принципов распространения и последующее осмысление этого феномена на фоне его непрерывно усложняющейся структуры привлекли внимание исследователей самых разных направлений. Хотя из-за ограниченного применения Интернета на момент возникновения понятия «мем» познать все законы функционирования этого явления не представлялось возможным, ряд исследователей все же сумели в какой-то мере предугадать

его дальнейшее развитие и эволюцию основных принципов его жизнедеятельности в виртуальной среде.

Так, французские философы Жиль Делез и Феликс Гваттари в своей работе «Тысяча плато» (1980 г.) представили определение ризомы. Они предложили интерпретировать ее как

«разветвленную сеть, в которой нет единого центра, а имеется множество разветвлений» [Делез & Гваттари, 2008: 159].

По сути, в этом контексте подразумевается некая сетевая неиерархическая структура, которая содержит множество точек, каждая из которых может быть хаотично связана с другой. При этом ризома иллюстрирует не только механизм коммуникации в условиях постоянно увеличивающегося массива данных, но и представляет виральную схему распространения самих мемов как неотъемлемой части этого механизма. В такой структуре отсутствует линейность передачи информации, а распространение может идти по хаотичной траектории (ил. 1).



Ил. 1. Мем «Успешный успех / Тони Старк великолепный».

По мотивам к/ф «Железный человек 2» (2011 г.)

Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://clck.ru/3SUJ2k>

Известный французский философ и социолог Жан Бодрийяр, вводя понятие «симулякра», специально оговаривается, что это

«не копия, а знак без оригинала, живущий как самостоятельная форма» [Бодрийяр, 2015: 71].

Именно проинтерпретированный в таком контексте симулякр максимально точно определяет природу мемов: они существуют в виде отсылок к какому-либо событию, образу, а порой даже и к другому мему. Показательно, что мемы и сами по себе могут служить симулякрами, расширенно воспроизводя себя даже без наличия оригинала. Совокупность симулякров и образующиеся между ними структуры взаимосвязей формируют существующую «гиперреальность», что согласуется с идеей канадского культуролога Маршалла Маклюэна «medium is the message»¹¹. Формат мема определяется не только его содержанием, но и способом воздействия на получателя. Из совокупности этих действий как раз и формируется гиперреальность.

Российский исследователь С. В. Канашина в связи с анализом природы симулякра и проявлений мема отмечает возможность сосредоточения внимания

«на двух важных аспектах: во-первых, он подчеркивает роль виртуальной реальности, которая является сферой функционирования симулякров, а, во-вторых, отмечает несколько вымышленный, фантазийный характер знаков, которые часто имитируют реальность, но ею не являются. Эти два положения позволяют нам усмотреть общность симулякров и интернет-мемов, потому что интернет-мемы также функционируют в виртуальной реальности, а именно – в сфере

¹¹ Средство сообщения – это сообщение (пер. с англ.)

интернет-коммуникации, и зачастую носят фантастический, вымышленный характер» [Канашина, 2015: 123].

Изучение мемов на научной основе и сведение результатов в отдельное исследовательское направление (меметику) стало возможным после выхода в свет работы английской исследовательницы теории мемов Сьюзен Блэкмор «Машина мемов», в которой высказывается точка зрения о мемах как о единицах культурного смысла, существовавших еще на заре человеческой цивилизации. Во многом благодаря этой мощной силе человеческое сознание смогло развиться до современного уровня, в том числе путем восприятия определенных базовых концептов (от религиозных верований до идеологических доктрин). Ее понятие «мемплекса» отражает способность воспринимать совокупность определенных знаков и символов для мыслительной ассоциации с тем или иным концептом (к примеру, символы христианства – это крест и изображение рыбы). При этом человеческое сознание выступает лишь как

«средство занесения, запоминания и дальнейшей передачи этих смыслов, а их совокупность, неизменно конкурируя между собой, определяет не только развитие человеческого сознания за счет получения и передачи смыслов, но и создает у индивида иллюзию индивидуального сознания, тем самым подводя человека к роли не творца культуры, а носителя и распространителя» [Blackmore, 1999: 34].

В то же самое время российский исследователь Т. Г. Лешкевич считает, что

«виртуальная среда допускает перспективы множественной идентичности, как и произвольность в отношении реального статуса персоны» [Лешкевич, 2022: 55].

В свою очередь, израильский исследователь цифровых медиа Лимор Шифман подходит к определению мема как единицы

«популярного цифрового контента, который изменяется, копируется и распространяется миллионами активных пользователей в соответствии с существующими социальными практиками» [Shifman, 2014: 27].

Проще говоря, в отличие от позиции Сьюзен Блэкмор, мемы следует рассматривать как актуальный и невероятно популярный сценарий социального взаимодействия, который сформировался на основе коллективного творчества, отражающего самые различные настроения: радость, грусть, апатию, страх, вину, иронию, злость, сарказм и т. д. По сути, мемы сейчас как раз и выступают в роли нового массового, сетевого, самодетельного «народного языка», который проходит через намеренное и целенаправленное упрощение ради возможности быть воспринятым максимально большим количеством людей. Делается это умышленно, для обеспечения возможности практически мгновенного донесения и вирусного распространения нужной информации до каждого члена общества, что, несомненно, помогает этому комьюнити коллективно осмыслить и представить себя. Традиционный народный фольклор постепенно трансформируется в новые, сетевые формы, среди которых мемы по праву занимают одно из центральных мест.

Ряд современных исследователей определяют мемы как продукт и основную валюту так называемой «экономики внимания». Термин этот был предложен в 1971 году американским психологом и

экономистом Г. А. Саймоном, еще более полувека назад предупреждавшем человечество о том, что оно вступает в эпоху экономических отношений подобного типа. Как раз в силу этого мир будет переполнен информацией и, соответственно, как минимум пропорционально обделен вниманием. При этом основной целью «экономики внимания» является намеренный захват внимания масс и его временное удержание с передачей нужного смысла, умышленно трактуемого максимально односторонне. Этот механизм оказывается особенно действенным в потребительском обществе массового человека, где преобладает именно клиповый тип мышления.

Известнейший американский медиавед Дуглас Рашкофф отмечает главенствующее влияние цифровой среды на восприятие индивидом времени. При этом в рамках подобной среды крайне важным является удержание внимания человека даже несмотря на ограниченность временного ресурса. Как раз в силу этого мемы становятся неотъемлемой и важной частью экономики внимания, где

*«главная валюта – это кликовое, моментальное вовлечение, не подразумевающее глубокую и основательную рефлексию»
[Рашкофф, 2003: 36].*

Немецкий философ и теоретик культуры Бен-Чхоль Хан уместно подчеркивал, что именно перенасыщенная информацией цифровая коммуникация в итоге и приводит к прогрессирующей инфляции смысла. Мемы аккумулируют, транслируют и производят огромное количество информации, но, зачастую, они все же

доносят лишь узконаправленный смысл, который в большинстве случаев будет для большинства людей не более чем обычным информационным шумом. Хан так пишет об этом:

«Общество позитивности», изначально настроенное на донесение множественных инфоповодов, способных поддержать основной позитивный тренд, постепенно и неизбежно ведет к «переизбытку позитивности, которая проявляется как переизбыток раздражителей, информации и импульсов. Он радикально изменяет структуру и экономику внимания. Из-за этого восприятие фрагментируется и рассеивается» [Хан, 2023: 61].

Почти так, как «кот Шредингера», только про мемы: действительно ли они обедняют наш язык?

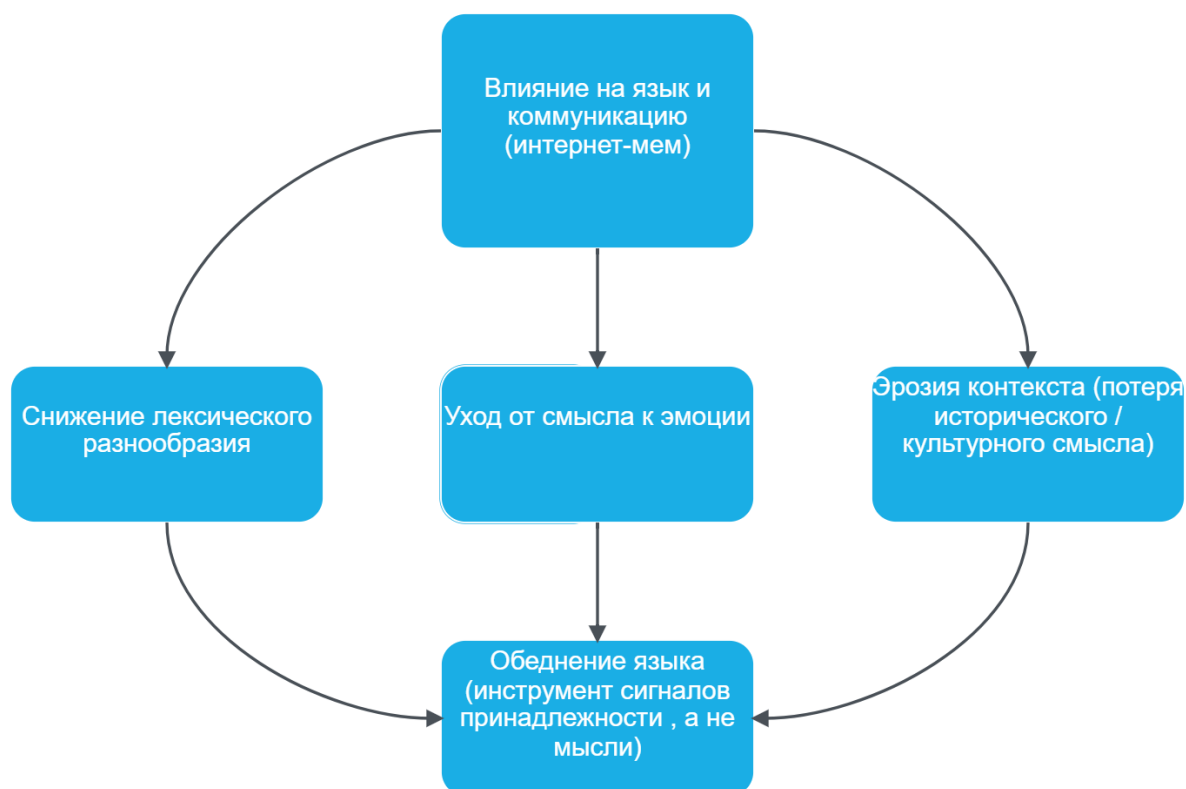
Интернет-мемы обладают следующими основными свойствами: виральностью, клиповостью, эмоциональностью и тягой к определенному, намеренному упрощению контекста (симплификацией). Однако при этом количество информации, которое передается каждым таким мемом, не только ограничено, но и однонаправленно (всякий раз предполагается отражение лишь определенной ситуации или эмоции). За счет этого происходит стандартизация коммуникации и деградация языка, его видимое обеднение и уход от множественности смыслов.

Российский исследователь К. Ю. Федоров высказал мнение, согласно которому

«вопрос существования мемов в чем-то похож на вопрос существования слов. Мы ими активно пользуемся, они очевидно существуют, но что они такое и как это происходит, является трудноуловимым вопросом, при этом их абстрактность не ставит под сомнение их существование» [Федоров, 2024: 28].

Конечно, трактовать мемы как исключительно негативное влияние нет никакого смысла, ведь они являют собой специфическую, образную реакцию на запросы современного массового человека, живущего в цифровом обществе. Выживание и понимание смыслов в бесконечном потоке данных такого социального организма во многом оказывается возможным только при условии стандартизации и сокращении языка с целью донесения лишь основного смысла и мотивации к немедленному действию без каких бы то ни было лишних витиеватых формулировок.

Ниже в наглядной форме приведена диаграмма влияния интернет-мемов на обеднение языка (ил. 2).



Ил. 2. Влияние интернет-мемов на язык и коммуникацию.
Диаграмма составлена авторами статьи.

Российский исследователь Н. Ф. Пономарев справедливо отмечает, что

«обмен (шеринг) мемами (как и любыми другими медиапродуктами и культурными артефактами) усиливает интертекстуальность медиасферы и культуры, пополняет социальную память и укрепляет внутригрупповую солидарность» [Пономарев, 2021: 97].

По этой же причине распространение мемов носит двойственный характер: даже при риске дистрофии языка все еще сохраняется возможность достижения с их помощью поставленных коммуникативных задач, информация о которых передана в мемах в наиболее понятной, наглядной и сжатой форме. Мемы могут также нести в себе функцию социального связывания, необходимую для идентификации индивидов среди «своих», для создания, поддержания и трансляции чувства общности через донесение общих понятных смыслов.

Также важным моментом в мемах является компрессия информации и эмоций: там, где невозможно передать эмоцию одним словом или же нужно дополнительное и последовательное подробное описание ситуации, мемы способны в условиях информационной перегрузки передать какую-либо сложную эмоцию или ситуацию посредством достаточно сжатой и наглядной формы.

Кроме того, мемы нередко выступают в качестве основы для сатирического восприятия какого-либо явления или же для выражения ответной реакции на действия какого-либо лица или явления повседневности, когда более классические реакции ограничены или даже и вовсе невозможны. В то же самое время,

говоря об обеднении языка, стоит упомянуть и периодически получаемый обратный эффект, когда новое слово или выражение «вирусится» и обкатывается именно благодаря мемам, тем самым в итоге фактически обогащая язык.

Кроме того, по мнению исследователей,

«в мемах для полноты раскрытия транслируемой идеи и привлечения внимания используются разнообразные риторические приемы, за счет которых усиливается манипуляционный эффект, србатывает т. н. «магия слова» [Напалкова & Семенов, 2022: 64].

Тем не менее есть ряд существенных недостатков повсеместного распространения мемов, среди которых можно выделить в первую очередь примитивизацию сложных идей, которые зачастую оказываются сведены к простому визуальному образу, который, увы, оказывается не способным передать всю комплексность рассматриваемого явления или события. В итоге сложная гамма чувств может редуцироваться к одной простой картинке, которая сводит комплексные языковые модели описания любых нюансов и подробностей к однобокому ярлыку, иллюстрирующему ситуацию только в общих чертах, но без передачи чего-либо дополнительно.

Кроме того, мы также хотели бы особо выделить проблему симуляции понимания, особенно в случаях, когда изначально мем отражал определенную ситуацию или событие, все нюансы которого были известны лишь определенной группе пользователей, среди которых он первоначально и был в обороте. По мере того, как такой мем «вирусится» посредством его копирования и передачи все нарастающим количеством

участников, не имеющих отношения к изначальной узкой группе лиц, знакомых с ситуацией, возникает и затем быстро разрастается ситуация «иллюзии понимания», когда новые участники используют мем формально, без какого бы то ни было проникновения в его изначальный контекст. Это приводит к изменению заложенного в мем смысла, а его дальнейший путь оказывается связанным лишь с последующим нарастающим искажением исходного значения. Но даже если изначальный смысл остается, постепенно все равно происходит эрозия контекста, подразумевающая, что живущий несколько вирусных циклов мем неминуемо лишается ряда собственных нюансов, а на поверхности остается лишь общая идея, которая с каждым новым циклом все больше симплифицируется.

Наконец, активное использование мемов, как правило, завязано на стандартизации языка, что в итоге порождает шаблонные конструкции, поддерживаемые словами-паразитами, которые в совокупности неминуемо и значительно снижают лексическое разнообразие, постепенно сводя множественные смыслы к их ограниченному количеству. Как итог, в устной речи человек начинает испытывать дискомфорт и невозможность эффективной коммуникации с окружающими без тотального использования мемных конструкций.

Как и почему в массовом кинематографе виральность затмила смыслы

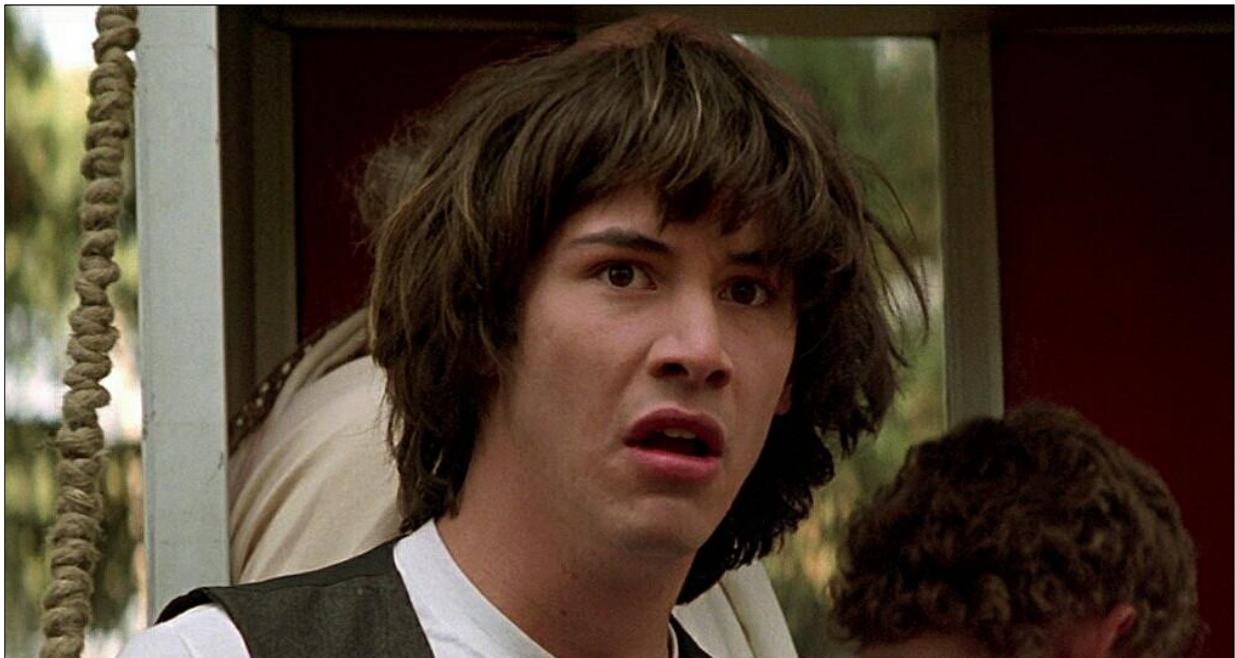
Обеднение языка, как это ни парадоксально звучит, является лишь одним из многочисленных следствий повального

распространения мемов как альтернативного и более наглядного способа донесения информации. Упрощение и «упаковка» смыслов в виде мемов способна также трансформировать понимание определенного явления и внедрить новые критерии его соотнесения и оценки. Показательно, что громадное количество мемов основано именно на известных зрителю знаковых сценах из различных кинолент, как популярных, так и не очень. Но в эпоху массовой цифровизации трансформации подвергаются даже понятия, которые изначально несли совсем иной смысл, хотя и не всегда имели четкие критерии отнесения к нему. Понятие «культовое кино», широко тиражируемое маркетологами для продвижения различных лент, в эпоху широкого распространения интернет-мемов постепенно теряет свой изначальный смысл, приобретая совсем иное толкование.

Отметим, что само понятие «культового фильма» возникло из практики американских кинотеатров под открытым небом (drive-inn), получившей особое распространение в пятидесятые годы XX века. Обычно там демонстрировались фильмы категории «Б», но также туда попадали и ленты, списанные прокатчиками как неперспективные с точки зрения зрительского интереса вроде «Ночи охотника» (1955), со временем получившей гораздо более широкое зрительское признание и культовый статус. С постепенным распространением полуночных кинотеатров и «грайндхаусов» (кинотеатров, где зрители могли увидеть два фильма по цене одного) туда, кроме откровенно эксплуатационного кино, начали попадать и ленты, содержавшие явную трансгрессионную линию повествования, в рамках которой

авторская позиция была очерчена в части преодоления обыденных общественных норм и установок. Именно в этот период такие ленты, как «Розовые фламинго» Джона Уотерса, «Крот» Алехандро Ходоровски, «Ночь живых мертвецов» Джорджа Ромеро, выбиравшие новый киноязык и оригинальные сценарии донесения смысла до зрителя через броские, порой нарушавшие общественные нормы морали сцены, которые можно назвать предвестниками мемов, обрели свой культовый статус (ил. 3).

Со временем понятие «культовости» в кинематографе стало расширяться, включая не только провалившиеся в прокате ленты, в свое время не понятые зрителями и критиками, но и вполне успешные картины, к которым зрительский интерес не спадал многие годы благодаря тщательно проработанному киномиру или же универсальному и востребованному смыслу. Одним из основных



Ил. 3. Мем «А что если? / Подозревающий Киану». По мотивам к/ф «Невероятные приключения Билла и Теды» (1989 г.). Изображение размещено в свободном доступе на платформе:

<https://clck.ru/3SUJFJ>

«якорей» для подобного кино традиционно является яркая и необычная сцена, которая является ключевой и передает активный смысл, понятный большинству зрителей. Первые интернет-мемы формировались именно на основе подобных сцен, включая в себя понятный зрителю смысл, который можно передать без подробного текстового описания, ограничиваясь лишь картинкой, периодически сопровождаемой определенной знаковой, запомнившейся массовому зрителю фразой (ил. 4).



Ил. 4. Мем «Мужик с топором». По мотивам к/ф «Американский психопат» (2000 г.).
Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://clck.ru/3SUJSu>

Можно вспомнить популярные в нулевые годы мем из картин «Невероятные приключения Билла и Теда» (1989), демонстрирующий реакцию смятения на неожиданное событие, или же не менее известный мем из «Американского психопата» (2000), в который вложен смысл саркастичной реакции на какое-либо раздражающее событие, требующее неожиданного действия.

Обе упомянутые картины считались культовыми еще задолго до обретения ими «второго дыхания» посредством виральности мемных сцен в цифровой среде.

Однако если ранее «культовое кино» означало именно обретение новой аудиторией заложенного в картине смысла, который был по тем или иным причинам недопонят на момент выхода картины, то с развитием мем-культуры культовый статус могли обретать ленты, которые не только не обрели «культовость», но даже изначально на нее вовсе не претендовали, пополнив когорту неудачных и забытых проектов. В новых условиях именно возможность генерировать мемы вместо адекватного восприятия исходно заложенного смысла постепенно стала смещать вектор определения культовости кино (ил. 5).



Ил. 5. Мем «Oh, hi, Mark». По мотивам к/ф «Комната» (2003 г.).

Изображение размещено в свободном доступе на платформе <https://i.redd.it/49yoyxj5c1e31.png>

Каноничной в этом контексте является картина Томми Вайсо «Комната» (2003), которая была буквально разгромлена зрителями и критиками на момент выхода из-за откровенно наигранного и излишне драматизированного сценария, сопровождавшегося, к тому же, еще и предельно неудачной игрой актеров. И лишь благодаря «меметичности» некоторых сцен лента в дальнейшем обрела вторую жизнь и в настоящее время считается культовой, хотя иных объективных факторов, кроме появления после ее выхода ряда известных мемов, для этого вообще нет (ил. 6, 7).



Ил. 6, 7. Мемы «Снисходительный Вонка» и «Да что ты говоришь?». По мотивам к/ф «Чарли и шоколадная фабрика» (1971 г.) и «Поцелуй вампира» (1988 г.).

Изображение размещено в свободном доступе на платформе:

<https://clck.ru/3SUGJR>

<https://clck.ru/3SUGK2>

Среди подобных лент можно вспомнить также изначально не претендовавшие на обретение культового статуса ленты вроде «Чарли и шоколадная фабрика» (1971) и «Поцелуй вампира» (1988), мемы из которых в первом случае касаются саркастичного отношения к говорящему, вводящей в заблуждение информации собеседника, а во втором случае – неожиданной реакции мнимого удивления на какое-либо раздражающее событие (ил. 8).

В настоящее время именно меметичность и виральность способны не только определить успех будущей картины (мем 2023



Ил. 8. Мем «Барбенгеймер».

По мотивам к/ф «Оппенгеймер» (2023 г.) и «Барби» (2023 г.).

Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://pin.it/1rxx8gq8f>

года «Барбенгеймер», продюцированный из-за выхода в одну и ту же дату двух абсолютно противоположных картин – вдумчивой драмы «Оппенгеймер» и откровенно развлекательной «Барби»), но и задать вектор отнесения к культовому кино благодаря

возможности активной генерации мемов только что вышедшей ленты. В качестве примера сошлемся на известный мем 2022 года на основе кинофильма «Невыносимая тяжесть огромного таланта», завирусившийся в момент выхода картины, обозначая идею излишнего восхищения чем-то или кем-то (ил. 9).



Ил. 9. Мем «Кейдж и Паскаль в машине».

По мотивам к/ф «Невыносимая тяжесть огромного таланта» (2022 г.).

Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://clck.ru/3SSshb>

Таким образом, интернет-мемы не только обедняют язык, сужая передаваемую информацию до определенного, мимолетного и массово считываемого сообщения, лишённого иных смыслов, которое может содержать тот же текст, но также и оказывают значительное влияние на трансформацию

определенных понятий, изменяя как их суть, так и критерии отнесения к ним.

**Non conclusioni, sed essentiae («без выводов, но по сути»),
или вместо заключения**

Нет сомнения, что мемы существуют не просто как набор тематических картинок, передающих определенный узконаправленный смысл. Они являются одним из значимых феноменов современной массовой культуры, хотя изначально считались лишь единицами передачи культурного наследия. Подходы к их изучению существуют разные: одни исследователи считают мемы неотъемлемыми свойствами человеческого восприятия, которые помогали людям на протяжении многих веков сжато передавать краткие ассоциативные смыслы различных религиозных доктрин или политических учений. Другие исследователи видят в мемах закономерное следствие повсеместной цифровизации и типизацию реакций на эти процессы индивидов, стремящихся донести друг до друга в сжатой и наглядной форме определенные смыслы.

Несмотря на разность подходов, мемы стоит рассматривать как минимум с двух точек зрения. С одной стороны, в большинстве случаев в целях адекватного решения задач по унификации смысла и побуждению массового человека к действию в условиях бесконечных информационных потоков подобная стандартизация языковых конструкций действительно решает ряд проблем в деле быстрой передачи нужных данных. Одновременно с этим, с другой стороны, мемы могут привести не только к снижению лексического разнообразия, но вообще к примитивизации

коммуникации и полной эрозии смысла. Тогда как унификация конкретной многослойной ситуации лишь в определенном стиле не учитывает множества иных нюансов, из-за незнания или отсутствия сценариев передачи которых существуют серьезные риски неблагоприятных последствий в самом широком диапазоне событий.

Тем не менее, как еще один сценарий поддержания социального и информационного баланса, активно формирующаяся культура мемов выступает в качестве дополнительного элемента к уже существующим, надежно апробированным и хорошо зарекомендовавшим себя языковым моделям коммуникации. В тех случаях, когда мемы не стремятся подменить или вытеснить их собою, они могут стать хорошим подспорьем в целом ряде ситуаций, в которых нужна краткая, но эффективная коммуникация. В любых иных случаях сокрушительная эрозия смыслов может привести ко множеству негативных последствий, в том числе и к полному пересмотру социокультурной миссии смысла, ревизии критериев его формирования и сценариев представления.

Литература

- Бодрийяр, Ж. (2015). *Симулякры и симуляции*. Москва: Постум.
- Борисенко, В. А., & Мкртчян, Т. Ю. (2022). Мем как диагностирующая единица ключевых проблем современного общества. *Гуманитарные и социальные науки*, 94(5), 36–42. <https://doi.org/10.18522/20701403-2022-94-5-36-42>
- Гликина, А. В. (2024). К вопросу об архетипах интернет-мемов. *Вестник Волжского университета им. В. Н. Татищева*, 2(44), 150–162. https://doi.org/10.51965/2076-7919_2024_2_2_150
- Делез, Ж., & Гваттари, Ф. (2008). *Тысяча плато: капитализм и шизофрения*. Екатеринбург: У-Фактория.

- Докинз, Р. (2013). *Эгоистичный ген*. Москва: АСТ: CORPUS.
- Зиновьева, Н. А. (2015). Воздействие мемов на Интернет-пользователей: типология Интернет-мемов. *Вестник экономики, права и социологии*, 1, 195–201.
- Канашина, С. В. (2015). Семиотическая природа интернет-мема. Интернет-мем как симулякр. *Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки*, 22(733), 118–125.
- Лешкевич, Т. Г. (2022). Человек-виртуал и передача культурных ценностей эпохи цифры. *Вопросы философии*, 3, 53–63. <https://doi.org/10.21146/0042-8744-2022-3-53-63>
- Напалкова, И. Г., & Семенов, А. С. (2022). Интернет-мем как метод политической коммуникации. *Гуманитарные и политико-правовые исследования*, 2(17), 55-72. <https://doi.org/10.24412/2618-8120-2022-2-55-72>
- Пономарев, Н. Ф. (2021). Мемористика: генерация и вирализация мемов. *E-Scio*, 11(62), 94–98.
- Рашкофф, Д. (2003). *Медиавирус! Как поп-культура тайно воздействует на ваше сознание*. Москва: Ультра-культура.
- Федоров, К. Ю. (2024). Концепция мема как методологический инструмент. *Вестник Московского университета. Серия 7. Философия*, 48 (3), 26–43.
- Хан, Б.-Ч. (2023). *Общество усталости. Негативный опыт в эпоху чрезмерного позитива*. Москва: АСТ.
- Blackmore, S. (1999). *The Meme Machine*. Oxford: University Press.
- Shifman, L. (2014). *Memes in digital culture*. Cambridge, Mass.: The MIT Press.

References

- Baudrillard, J. (2015). *Simulacra and Simulations*. Moscow: Postum Publ. (In Russian).
- Blackmore, S. (1999). *The Meme Machine*. Oxford: University Press.
- Borisenko, V. A., & Mkrtychyan, T. Yu. (2022). Meme as a diagnostic unit of key problems of modern society. *Humanities and social sciences*, 94(5), 36–42 (In Russian). <https://doi.org/10.18522/20701403-2022-94-5-36-42>
- Dawkins, R. (2013). *The Selfish Gene*. Moscow: AST (CORPUS) Publ. (In Russian).
- Deleuze, J., & Guattari, F. (2008). *A thousand plateaus*. Ekaterinburg: U-Factoria Publ. (In Russian).
- Fedorov, K. Yu. (2024). The Concept of a Meme as a Methodological Tool. *Bulletin of Moscow University. Series 7. Philosophy*, 3, 26–43 (In Russian).
- Glikina, A. V. (2024). On the issue of Internet meme archetypes. *Bulletin of the Volga University named after V. N. Tatishchev*, 2(44), 150–162. (In Russian). https://doi.org/10.51965/2076-7919_2024_2_2_150
- Kanashina, S. V. (2015). The Semiotic Nature of the Internet Meme. Internet Meme as a Simulacrum. *Bulletin of the Moscow State Linguistic University. Humanities*, 22(733), 118–125. (In Russian).
- Khan, B.-Ch. (2023). *The Society of Fatigue. Negative Experience in the Age of Excessive Positivity*. Moscow: AST Publ. (In Russian).

- Leshkevich, T. G. (2022). The Virtual Man and the Transfer of Cultural Values in the Digital Age. *Questions of Philosophy*, 3, 53–63. (In Russian). <https://doi.org/10.21146/0042-8744-2022-3-53-63>
- Napalkova, I. G., & Semenov, A. S. (2022). The Internet Meme as a Method of Political Communication. *Humanitarian and Political-Legal Studies*, 2(17), 55–72. (In Russian). <https://doi.org/10.24412/2618-8120-2022-2-55-72>
- Ponomarev, N. F. (2021). Memoristics: Generation and Viralization of Memes. *E-Scio*, 11(62), 94–98. (In Russian).
- Rushkoff, D. (2003). *Media Virus. How Pop Culture Secretly Affects Your Consciousness*. Moscow: Ultra. Kultura Publ. (In Russian).
- Shifman, L. (2014). *Memes in digital culture*. Cambridge, Mass.: The MIT Press.
- Zinovieva, N. A. (2015). The Impact of Memes on Internet Users: A Typology of Internet Memes. *Bulletin of Economics, Law and Sociology*, 1, 195–201. (In Russian).

Поступила в редакцию / Received 18.07.2025

Поступала после рецензирования / Revised 30.10.2025

Принята к публикации / Accepted 02.03.2026

Об авторах / About the authors

Стоян Арсен Александрович – преподаватель, Мурманский арктический университет (Россия, 183010, г. Мурманск, ул. Спортивная, 13).
ORCID: 0000-0001-5552-3368, stoyan.arsen@mail.ru

Мачкарина Ольга Дмитриевна – доктор философских наук, профессор, Мурманский арктический университет (Россия, 183010, г. Мурманск, ул. Спортивная, 13).
ORCID: 0000-0003-1263-8784, machkarinaod@mauniver.ru

Stoyan Arsen Aleksandrovich – Lecturer, Murmansk Arctic University (13 Sportivnaya Street, Murmansk, 183010, Russia).
ORCID: 0000-0001-5552-3368, stoyan.arsen@mail.ru

Machkarina Olga Dmitrievna – Doctor of Philosophy, Professor. Murmansk Arctic University (13 Sportivnaya Street, Murmansk, 183010, Russia).
ORCID: 0000-0003-1263-8784, machkarinaod@mauniver.ru

Конфликт интересов

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Conflict of interest

The authors declare no conflict of interest.

Вклад авторов

Стоян А. А.: концептуализация, проведение исследования, создание черновика рукописи, формальный анализ, администрирование данных, визуализация.

Мачкарина О. Д.: концептуализация, методология, проведение исследования, создание черновика рукописи, создание рукописи и ее редактирование, руководство исследованием.

Authors' contribution

Stoyan A. A.: conceptualization, investigation, writing – original draft, formal analysis, data curation, visualization.

Machkarina O. D.: conceptualization, methodology, investigation, writing – original draft, writing – review & editing, data curation, visualization, supervision.