

## МЕМ ЯК ЗРАЗКОВА ТЕКСТОВА ІНТЕРНЕТ-ФОРМА В КОНТЕКСТІ САМОПРОЕКТУВАННЯ ОСОБИСТОСТІ

Гудінова І.Л.

*Анотація.* Показано, що віртуальна реальність є одним з значимих факторів самопроєктування особистості. Подано короткий огляд нового Інтернет-жанру людської творчості у блогосфері. Обґрунтовано поняття «соціокультурний зразок». Описані функції мотиваторів та демотиваторів, такі як: ціннісно-сміслові регулювання при створенні особистісного життєвого проєкту, оцінювання істинності моральних доменів соціокультурного знання, конструювання нових реальностей та ін.

Показано, що мему вважаються інформаційним ресурсом завдяки своїй лаконічності. Такі тексти (як чужі життєві смисли), стають для віртуальної особистості близькими («естетичне чуже як забуте своє», здатне переструктурувати та естетизувати попередні переконання та все життя).

Використання соціокультурних зразків приводить до кількісних змін, а саме: конкретизації переосмисленої ситуації; підвищення емоційного рівня і самоповаги; текстова лаконічність призводить до відчуття завершеності і отримання «життєвої мудрості»; людина стає здатною словом допомогти іншій людині (мемотерапія); виникає відчуття гармонії і упорядкованості життєвого досвіду. Людина постає перед «обличчям культурного абсолюту», в якому задіяні вищі потенції свідомості. Людина в них продовжує шукати сенси життєвих змін. Це тексти особистого зростання, а саме, уцільнена смістова перспектива. Отже, така форма відображає життєвий досвід та свідчить словом про осмислення власного шляху.

**Ключові слова:** мем, мотиватор, демотиватор, самопроєктування, особистості, соціокультурний текстовий зразок.

## **Гудинова И.Л. Мем как образцовая текстовая Интернет-форма в контексте самопроектирования личности**

**Аннотация.** Показано, что виртуальная реальность является одним из значимых факторов самопроектирования личности. Представлен краткий обзор нового Интернет-жанра человеческого творчества в блогосфере. Охарактеризовано понятие «социокультурный образец». Описаны функции мотиваторов и демотиваторов, такие как: ценностно-смысловое регулирование при создании личностного жизненного проекта, оценивание истинности моральных доменов социокультурного знания, конструирования новых реальностей и так далее.

Показано, что мемы являются информационным ресурсом благодаря своей лаконичности. Такие тексты (как чужие жизненные смыслы), становятся для виртуальной личности близкими («эстетичное чужое как забыто свое»), способными переструктурировать и эстетизировать предыдущие жизненные убеждения.

Использование социокультурных образцов приводит к количественным изменениям, а именно: конкретизации переосмысленной ситуации; повышению эмоционального уровня и самоуважения; текстовая лаконичность приводит к ощущению завершенности и получению «жизненной мудрости»; человек становится способным словом помочь другому человеку (мемотерапия); возникает ощущение гармонии и упорядоченности жизненного опыта. В данном случае, человек становится перед «лицом культурного абсолюта».

В нем задействованы высшие потенции сознания. Человек продолжает искать смыслы жизненных изменений. Это тексты личного роста, а точнее уплотнённая смысловая перспектива. Следовательно, такая форма отображает жизненный опыт и свидетельствует словом об осмыслении своего жизненного пути.

**Ключевые слова:** мем, мотиватор, демотиватор, самопроектирование личности, социокультурный текстовый образец.

***Gudinova, I.L. Meme as a model textual Internet form in the context of self- designing of personality***

**Abstract.** *Virtual reality is shown to be a significant factor in personal self-projecting. The author gives a brief overview of the new Internet genre of human creativity in the blogosphere, gives a definition of the concept of "sociocultural pattern" as well as describes the functions of motivators and demotivators which include personal life project value-and-concept regulation, assessment of the truth of socio-cultural knowledge moral domains, and new realities constructing, etc.*

*It has been shown that due to their brevity, memes are an informational resource. Such texts (as other people's meanings) become close to a virtual person ("the aesthetic alien as the forgotten personal") and become capable of restructuring and aesthetizing previous personal beliefs.*

*The use of sociocultural patterns brings about quantitative changes that include the concretization of a reassessed situation, increased emotional level and self-esteem, textual brevity leads to a sense of completeness and wisdom, an individual becomes capable of giving a verbal help to other people (memotherapy), develops a sense of harmony and sorts out his/her life experience. In this case, an individual, using the ultimate potentialities of consciousness, faces "the cultural absolute." (S)he continues to search for the meaning of life changes. These are the personal growth texts or rather a condensed semantic perspective. Consequently, such a form reflects life experience and verbally signifies the individual's comprehension of their life.*

**Key words:** *meme, motivator, demotivator, self- designing of personality, socio-cultural text sample*

**Постановка проблеми.** Постнекласична методологія привнесла суттєві зміни в психологічну науку: особистість почала розглядатися як складна системи, що здатна самоорганізовуватися та самодетермінуватися. У зв'язку з цим у сучасній психології актуальності набуває проблема розробки стратегій і способів саморозвитку та самопроектування особистості.

Згідно концепції Н.В. Чепелевої, самопроектування характеризує здатність людини діяти на підставі особистого задуму, який, у свою чергу, базується як на інтерпретації власного

емпіричного досвіду, так і на засвоєнні ззовні «готових» соціокультурних зразків. До зразкових текстів можуть належати родинні наративи та оповіді знайомих, твори художньої літератури, кінофільми, тексти ЗМІ, тощо. Стрімкий розвиток комп'ютерних технологій призвів до віртуалізації реальності. Віртуальне середовище на сьогоднішній день стає специфічним контекстом вибудовування особистістю власних ідентичностей, а тексти, що розповсюджені в Інтернет-просторі, зокрема в блогосфері, набувають статус зразкових та відіграють значну роль у процесі самопроектування особистості.

Проте проблема дослідження мему як текстової Інтернет-форми, що впливає на породження особистісних наративів у контексті самопроектування на сьогоднішній день залишається поза зоною уваги науковців.

**Мета статті:** на основі теоретичного аналізу проблеми схарактеризувати текстову Інтернет-форму мем як зразковий соціокультурний текст та визначити його роль у процесі самопроектування особистості.

**Основний виклад.** Часопростір Інтернету, за умови великого масиву інформації і мінімуму часу на її сприйняття, примушує користувача рухатись від сприйняття коротких чужих соціокультурних смислів чи Інтернет мотиваторів, як текстових ущільнених ціннісно-сміслових основ, до власних розгорнутих смислів (протонаративів, ментативів) в заданій смисловій площині, спираючись на власні соціокультурні знання. Соціокультурні смисли-мотиватори є інтертекстуальними утвореннями. Інтертекстуальний смисл є одиницею мовної культури, яка оснований на охопленні свідомістю максимуму життєвих смислів, відображених в естетичній та ергономічній текстовій оболонці. Досліджуючи використання в Інтернет блогах мотиваторів як ціннісно-сміслових основ самопроектування, ми виявили певні тенденції впливу блогосфери на процеси самопроектування особистості. Насамперед, можна припустити, що блогосфера є одним із чинників залучення людини до самопроектування, оскільки перебування в Інтернеті є для багатьох дозвіллям і

вільним часом. Також, у мережі соціальне середовище облаштоване так, що дозволяє людині отримувати миттєво статус «безпосереднього члена суспільства» без проміжних ланок у вигляді груп, статусів, символічних культурних систем (свій серед своїх). Наступна тенденція полягає у тому, що особистісні життєві проекти часто мають за першоджерело соціокультурні текстові Інтернет форми (меми), які породжують особистісні наративи.

«Проектнобрендова» ідентичність у масовому суспільстві реалізується переважно у сфері вживання уже готових культурних форм, крилатих висловів, думок видатних людей, міфів, іміджу, тим самим відповідальність за себе, за проектування себе як бренду/нового смислу, розгортається переважно у сфері використання маскультур.

І такі люди, які відштовхуються від чужих життєвих смислів для створення своїх життєвих сенсів та проектів в Інтернет мережі, створили досить потужну мультикультурну спільноту. Тяжіння до максимального скорочення текстового масиву та більшої смислової насиченості завдяки лаконічності вислову та за допомогою додавання або сполучення з картинкою стає для багатьох життєвою/смисловою домінантою. Завдання на нові смисли запозичуються із соціуму, вони вже самі по собі є мотиваторами за функціоналом. Інакше кажучи, це «мовна культура елітарного типу», «ефективні думки», «талановита творчість та мовний ефект», «одиниця культурної інформації».

За умови перебування у вербально-візуальній культурі і виникнення нових впливових інформаційних Інтернет форм, науковці почали піддавати науковому осмисленню і вивченню змішані вербально-невербальні тексти. Відтак, мовні та образотворчі (фотографія, малюнок, колір, шрифт) елементи сприймаються як єдине інформаційне ціле. Також ми дослухаємось думки О.Є. Сапогової, яка відзначала, що «знак, символ, текст – все це інструменти не просто привласнення культури, але *особового самовизначення людини в культурі*, розширення меж самого себе, виходу за свої межі» [2]. Наукові розробки минулих років, здійснені як вітчизняними так і зарубіжними вченими, дали

поштовх до того, що на даний час виділяється як самостійна наукова дисципліна меметика, яка розглядає культурну інформацію, що поширюється в Інтернеті. При цьому мем є одиницею культури, де одне слово чи смисл викликає низку подібних смислів та інтерпретацій інформації. Вони виявляють глибинні образи мислення, які формують системи і впливають на поведінку людини. Крім того, вони містять базові пакети думок, мотивів та інструкцій, які визначають те, як ми ухвалюємо рішення і розставляємо пріоритети в житті. Саме ж слово «мем» може бути зведене до французького «*moi meme*» («я сам», «рівне для рівного»), або ж до грецького «*mimema*» («імітувати», «імітація», «спадкоємство») [1]. Як ми вже зазначали, соціокультурні текстові зразки, як «сміслові капсули», в Інтернеті відображені у вигляді мотиваторів (мемів), демотиваторів (демів), висловів та думок видатних людей, афоризмів, народної мудрості, які вважаються «інформаційним благом», новим рівнем постановки мети, «енергозбереженням» при новому смислоутворенні та при конструюванні нового смислообразу. Такі зненацька віднайдені тексти, чи чужі життєві смисли стають для віртуальної особистості близькими «естетичне чуже як забуте своє», і такими, що здатні переструктурувати та естетизувати попередні переконання і соціокультурні цінності. Використання таких зразків приводить до кількісних змін, а саме: конкретизації переосмисленої ситуації; підвищення емоційного рівня і самоповаги; текстова лаконічність призводить до відчуття завершеності та отримання життєвої мудрості; людина стає здатною словом допомогти іншій людині (мемотерапія); виникає відчуття гармонії і остаточної впорядкованості життєвого досвіду завдяки утворенню самодостатнього образу зароджується життестійкість. Сила мови полягає в умінні висловити багато в малій кількості слів.

Так що ж таке меми? *Мемом може бути будь який короткий вислів, зображення, норма поведінки, мелодія, мода та ін.* Але мем від простої інформації відрізняє його здатність до швидкого копіювання та тиражування/розмноження. Такої летючої легкості цим феноменам надає компактна текстова форма і

згорнутий смисл, який швидко викликає безліч життєвих асоціацій. В мотиваторах своє/чуже швидко переходить в наше. Спробуємо описати коротко. Отже, мем, це: 1) елементарна одиниця інформації, здатної повторювати себе, розмножуватися в паралельних або в подібних системах – інтерпретуватись. Це одиниця, яка встановлює нескінченні інтерпретаційні потоки та зв'язки; 2) одиниця культури, де одне слово чи смисл викликає низку подібних смислів та інтерпретацій інформації; 3) ідея, яка потрапляє в головний мозок і викликає певні пам'ятні події з життя людини, починає відтворювати копії «самої себе», «реінкарнує стереотипи»; 4) це націлена на самого себе логіка; 5) глибинні образи мислення, які формують системи і впливають на поведінку людини; 6) вмістилище базових «пакетів думок», мотивів та інструкцій, які визначають те, як ми ухвалюємо рішення і розставляємо пріоритети в житті; 7) те, що впливає на життєвий вибір людини; 8) самоорганізуюча суть, яка виявляється в узгоджених стереотипах, що охоплюють буквально всі сфери нашого життя; 9) структури мислення, тобто мем, визначає як люди мислять або ухвалюють рішення, на відміну від того, в чому вони переконані або що цінують; 10) продукти взаємодії внутрішнього устрою нашої свідомості з умовами життя; 11) смисл як копіювання і наслідування того, «що ти знайшов в мудрості; 12) репродуктивність – багаторазове вирішення типових завдань: «З кожним рішенням ми змінюємо життя»; 13) готовність до сприйняття результатів, перевизначення, і постановки більш високих цілей; 14) здатність ставити завдання на освоєння комфортних для себе смислів; 15) меми-категорії, що програмують нас, відповідають за те, яку інформацію ми приймаємо, спотворюючи таким чином твоє уявлення про реальність.

Крім того, автор зазначає, «Слід серйозно ставитися до «вірусів розуму», оскільки це вони заразили тебе мемами – ідеями, установками і переконаннями, які ведуть тебе туди, куди ти зовсім не хочеш потрапити». Одним з методів їхньої дії – це «пророцтво що самореалізується». Мемі-категорії не тільки управляють майбутніми, але також утворюють так званий «фільтр сприйняття»

[1]. Наприклад: *«щоб загубити голову, потрібно мати серце», «неможна розпочати життя спочатку, але завжди можна продовжити його по-іншому»* Дані мотиватори є соціокультурно прийнятними. Але, є на тлі таких мотиваторів й ті, які називають «вірусами розуму», які процвітають і укорінюються в умах людей з досить поверхневими соціокультурними установками типу *«Если вы хотите вести счастливую жизнь, вы должны быть привязаны к цели, а не к людям и вещам»*.

Емоційно-експресивна функція була первинною в появі цього жанру, оскільки мотиватори створювалися з метою передачі особливого настрою, як ключів до осмислення. Волюнтаристична функція мотиватора з'являється пізніше, коли розширюється вибір тем, і важливою стає не передача власного настрою, а мотиватор використовується як засіб агітації і пропаганди з використанням різних закликів в імперативній формі. Надалі соціокультурний текстовий зразок – протонаратив в психології визначається як літературна мікроформа, що має подієво-просторову часову організацію. Це розкриття *однієї події*, яка може відобразитись у таких формулах: початок-середина-кінцівка; зав'язка-розв'язка; постановка проблеми-рішення; очікування-задоволення, питання-відповідь. Тут наявна не тільки тематична направленість (мораль, вічні цінності) а і поетика (мова, образність, ритм) та їх пізнавальна надійність. В них закладені слов'янські концепти: душа, дух, розум (наприклад: *«Если у тебя получилось обмануть человека, это не значит, что он дурак, это значит, что тебе доверяли больше, чем ты этого заслуживаешь», «Нельзя начать жизнь сначала, но ее всегда можно продолжить по — другому», «Простить первый раз – мудрость. Второй раз – великодушие. Третий раз – глупость», «Главное в жизни – научиться все повороты судьбы превращать в зигзаги удачи»*), А свідомий вибір соціокультурного текстового зразку є бажанням спрямовувати себе в задалегідь визначеному (бажаному) соціокультурному руслі, та спробувати в цьому напрямку свої сили.

Застосовуючи думку когось авторитетного, як цінісно-смісловий старт для особистісних змін, ми тим самим дозволяємо



чужому переконанню впливати на своє особисте життя. Сприйнятий смисл і розгорнутий іншою людиною та в іншому емоційному стані, дозволяє нам отримувати нову історію під новим кутом зору. Інакше кажучи, «людина може смисли перевизначати і довизначати, реконструюючи таким чином як власні уявлення про зовнішню і внутрішню реальність, так і результати інтерпретації і реінтерпретації особистого досвіду» [3]. Отже, «у разі смислової переробки соціокультурних сенсів, а також перевизначення і довизначення пропонованих культурою зразків і життєвих завдань виникають особисті новоутворення, що свідчать про формування у людини того або іншого життєвого та особистого проекту» [3].

Соціокультурні смисли є своєрідними метафорами щастя і алгоритмами чужого розуму, мета яких «енергозбереження» особистісних «смислових ресурсів». В момент віднайдення чужого життєвого смислу відбувається емоційний сплеск, який підбадьорює людину на пошуки особистих подієвих змін.

Але не все так просто як на перший погляд здається, у великій кількості коротких смислів – мемів, які сприймаються іноді автоматично, ми помічаємо й такі, як *«Ніщо сказане на твою адресу не повинно міняти твоїх намірів та думок»*, чи *«Запам'ятай — ти нікому нічого не повинен, це їх рішення допомагати тобі чи ні»*. Здається без особливої дискусії стає зрозумілим до яких наслідків ведуть такі ціннісно-смислові основи, та який кут зору взятий за основу! Маючи такий потужний арсенал нових/віднайдених/переозначених життєвих смислів (мемів), людина починає відчувати потребу у проектуванні. Завжди в житті є події, до яких повертаються для гармонічної їх переадаптації в соціокультурному просторі і виправлення докорінно життєвих ситуацій, які вже сталися (конфлікт соціокультурних цілей, особистих цілей). Для досягнення таких цілей потрібні проектно-конструктивні дії: вибір цілей, перегляд цінностей внутрішнього світу, визначення свобод/меж свобод, перегляд духовних поглядів, визначення цілісності власної особистості. Це відбувається з урахуванням можливостей, перспектив, настрою на незчисленні самопроекти. Бажання конструювати нові зв'язки, самодостатнього

образу «Сходження до себе», самовдосконалення, пошук особистісного смислу життя шляхом самореалізації у діяльності.

У психології широко вживається термін «самопроекування особистості», який розуміється як форма психотехнічної практики, суть якої – зміна психічних станів або властивостей самого суб'єкта. «Я»- концепція, прагнення до самостійної поведінки, ціннісні відносини і переваги, особистісний вибір і відповідальність, світоглядні орієнтації, як важливої передумови самопроекування. Основним способом формування готовності до самопроекування є проблематизація з приводу самовизначень: культурного, діяльнісного, соціального. Кожна людина прагне до реалізації свого потенціалу до наближення свого реального «Я» до «Я» ідеального. Отже самопроекування – це прагнення людини до поліпшення (вдосконалення) свого особистого «Я». У самопроекуванні важливою є не тільки дієва сторона, а й емоційний стан людини. Сприйняття «соціокультурних зразків відбувається часто з повною довірою і вірою в дієвість даного тексту, з надією на ефективність чийогось життєвого смислу, і мрією що буде саме так, як у автора, що ділиться такою інформацією.

Як правило смисл у соціокультурних зразках стосується означення /впізнання особистих якостей, які повинні пройти фільтри власного осмислення, адаптацію до соціокультурного середовища, утриматись у пам'яті як *догми*, і все це під новим кутом зору і під новим впливом соціокультурного середовища. Лише змінені, особистісні якості, погляди, порівняння, дії можуть дати старт новим змінам і проторувати шлях до нових життєвих проєктів. *«За одну ніч нельзя изменить жизнь. Но за одну ночь можно изменить мысли, которые навсегда изменят твою жизнь», «Если бы гусеница держалась за прошлое, она бы никогда не стала бабочкой».* Отже, як бачимо, соціокультурні зразки у вигляді мотиваторів і демотиваторів зачіпають саме глибинні загальнолюдські якості і відносини, і тому з часом змінюється вектор особистісних змін. Людина розуміє, що лише після глибинної переоцінки власних якостей можливе

загальноприйнятне соціокультурне облаштування себе в суспільстві. І сумлінний та ретельний перегляд подій минулих часів з позиції сприйнятих соціокультурних смислів свідчить про відсутність ЕГОцентричності та ЕГОспрямованості, оскільки йде добровільне привласнення думок та ідей та їх занурення у власне життя. Відтак, шкалою виміру нової ціннісно-сислової основи для побудови нового життєвого проекту може стати: віднайдена в інших словесна ціннісно-сислова підтримка, сприйняті ціннісно-дійові регулювання соціокультурних відносин, постановка нових цілей в житті, націленість на таке ж словесне смисло- й «енергозбереження», новий рівень постановки цілі. Надалі людина, яка розпочала шлях до нової себе повинна ретельно прослідкувати нашарування минуле/теперішнє/майбутнє перебування в соціокультурному просторі та, головне, утримувати постійно питання – навіщо, з якою метою мені це потрібно. Тут на заваді може стати лише занадто велика кількість сприйнятої меметичної інформації. Вона не може утримуватись довго в пам'яті. І лише пропустивши через власні смислові фільтри і використавши їх на практиці, можливо створення особистого стилю власного життя.

**Висновки.** Самопроекування спрямовано на створення особистістю ідеальних моделей себе, причому зміст цих моделей може багаторазово трансформуватися залежно від завдань, які ставить перед людиною соціум, та які вона приймає шляхом процесів їх перевизначення та до визначення [3].

Вибудовування особистісного проекту базується як на інтерпретації власного емпіричного досвіду, так і на засвоєнні ззовні «готових» соціокультурних зразків. Блогосфера є одним із засобів залучення людини до самопроекування завдяки використанню в Інтернет-блогів мотиваторів як ціннісно-сислових основ створення особистісних проектів. Особистісні проекти сучасної людини можуть мати за першоджерело зразкові соціокультурні текстові Інтернет-форми – мему, що відіграють важливу роль у породженні особистісних наративів.

## Література

1. Менегетти А. Онтопсихология и меметика [Электронный ресурс] / А. Менегетти. – Режим доступа: <http://www.zipsites.ru/psy/psylib/info.php?p=3039> (15.04.2010).

2. Сапогова Е. Е. Жизненный опыт в автобиографических нарративах личности / Е. Е. Сапогова // Вопросы психологии. – 2014. – № 1. – с. 68 – 79.

3. Самопроектвання особистості у дискурсивному просторі : монографія [Електронний ресурс] / Н. В. Чепелева, М. Л. Смутьсон, О. В. Зазимко, С. Ю. Гуцол [та ін.] ; за ред. Н. В. Чепелевої. – К. : Педагогічна думка, 2016. – 232 с. – Режим доступу : <http://lib.iitta.gov.ua/704560/>

## References

1. Menegetti, A. (2012) *Ontopsihologiya i memetika* [Ontopsychology and memetics]. Retrieved from: <http://www.zipsites.ru/psy/psylib/info.php?p=3039> [in Russian].

2. Sapogova, E. E. (2014). *Zhiznennyj opyt v avtobiograficheskikh narrativah lichnosti* [Life experience in autobiographical personal narratives]. *Voprosy Psichologii - Questions of Psychology. 1.* 68-79 [In Russian].

3. Chepeleva, N. V., Smul'son, M. L., Zazimko, O. V., ... & Gutsol, S.Yu. (2016). *Samoproektivannja osobistosti u diskursivnomu prostori* [Self-design of a person in a discursive space]. Chepeleva, N.V. (Ed.). Kyiv: Pedahohichna dumka. 232. Retrieved from: <http://lib.iitta.gov.ua/704560/> [in Ukrainian]