

ПСИХОФИЗИОЛОГИЧЕСКИЕ ДЕТЕРМИНАНТЫ ВОСПРИЯТИЯ ИНТЕРНЕТ-МЕМОВ В СТРУКТУРЕ ЦИФРОВОЙ СОЦИАЛИЗАЦИИ

Реут Е. В.

младший научный сотрудник Института философии НАН Беларуси
Национальная академия наук Беларуси

Актуальность исследования. В эпоху тотальной цифровизации социальной реальности интернет-мемы перестают быть периферийным явлением и конституируются в качестве неотъемлемого элемента повседневных коммуникативных практик. Доминирование клипового мышления, фрагментарность восприятия информации и преобладание визуально насыщенных сообщений формируют новые когнитивные установки социума. В этом контексте эволюция мемов из нишевого феномена [1, с. 188–202] в вездесущую и основополагающую практику цифровых медиа [2, с. 412–428; 3, с. 156–158] представляется закономерной. Их роль выходит далеко за пределы развлекательной функции. Выступая инструментом структурирования фрагментированного опыта и конструирования групповой идентичности, мемы становятся ключевым катализатором распространения идей в публичном дискурсе. Способность этих единиц информации к консолидации аудитории вокруг определенных ценностей и смыслов [4, с. 12; 5, с. 2357–2376; 6; 7, с. 101–141] обуславливает необходимость их глубокого междисциплинарного анализа. Однако, если социокультурная и коммуникативная роль мемов изучена более или менее подробно, то их психофизиологические детерминанты остаются на периферии исследовательского внимания. На наш взгляд, понимание того, как визуально-вербальная структура мема взаимодействует с базовыми психическими процессами (вниманием, памятью, эмоциональным интеллектом) в условиях цифровой социализации, является критически важным для объяснения его воздействия на индивида. Несмотря на признание значимости мемов в исследованиях цифровой культуры [8; 9, с. 2218–2237], многие аспекты их функционирования остаются дискуссионными, что и определяет актуальность данного исследования.

Цель исследования. Заключается в выявлении и анализе психофизиологических детерминант, опосредующих восприятие интернет-мемов индивидом, а также в определении роли данных механизмов в структуре цифровой социализации. Особое внимание уделяется тому, как нейрокогнитивные процессы (обработка визуальной информации, эмоциональный резонанс, работа систем подкрепления) обуславливают эффективность мемов как инструмента трансляции смыслов и формирования социальных установок.

Основные положения исследования. В рамках изучения проблемы представляется необходимым выделить несколько ключевых аспектов. Во-первых, анализ психологических мотивов использования мемов, затрагивающих социальную повестку, демонстрирует их роль как инструмента непринужденного участия в общественной жизни. Такое участие базируется на синтезе потребности в самовыражении, подтверждении социальной идентичности и гедонистических

установках [10, с. 236–252]. Особого внимания заслуживают выводы В. Плеврити, согласно которым самовыражение является основным катализатором производства мемов, поскольку пользователи стремятся привлечь внимание к значимым проблемам и инициировать их обсуждение, а сами мемы функционируют как часть коллективного медиарепертуара, укрепляя чувство идентичности и солидарности [11].

Во-вторых, для понимания социальной значимости мемов необходимо обращение к их коллективной репрезентации как семиотических маркеров идентичности. Исследования показывают, что через различные типы мемов пользователи маркируют свою социальную принадлежность, осуществляя как внутригрупповую консолидацию, так и символическое размежевание с внешними сообществами, что может служить как поддержке, так и подрыву существующих норм [12; 13, с. 1–11]. На психофизиологическом уровне опознание этих маркеров и чувство принадлежности к группе сопровождается активацией нейронных сетей, связанных с социальным познанием и эмоциональным комфортом (островковая доля, префронтальная кора), что усиливает эффект внутригрупповой консолидации.

В-третьих, несмотря на признание мемов репрезентативным проявлением партисипаторной культуры, дискуссионным остается ряд фундаментальных вопросов. К ним относится проблематика трансформации ценностных установок и картины мира индивида под воздействием кратких визуальных сообщений (механизмы нейропластичности и имплицитного научения), выявление характерных черт мема как особого формата коммуникации (когнитивная легкость обработки, эффект айтрекинга), а также осмысление закономерностей его «жизненного цикла» (роль эмоционального заражения и скорости угасания ориентировочного рефлекса). Наконец, открытым для научного обсуждения остается вопрос о природе происхождения мемов: являются ли они спонтанным продуктом «народного» творчества или же целенаправленно конструируются специалистами в сфере коммуникаций с опорой на знания о когнитивных искажениях и психофизиологии внимания [14, с. 362–377; 15; 16].

Вывод. Таким образом, интернет-мемы представляют собой сложный, многомерный феномен, требующий интегративного подхода, объединяющего философско-идеологический, национально-исторический и биомедицинский (в части психологии восприятия) аспекты социогуманитарного знания. Проведенный анализ позволяет утверждать, что воздействие мемов на индивида детерминировано не только их семиотической структурой, но и глубинными психофизиологическими механизмами, а именно: особенностями зрительного восприятия, эмоционального реагирования и работой систем подкрепления. Понимание этих детерминант позволяет прогнозировать эффективность коммуникации в цифровой среде и корректировать деструктивные формы информационного воздействия в процессе цифровой социализации. Выступая не просто единицами информации, а инструментами формирования идентичности, трансляции ценностей и эмоционально комфортного включения в общественную повестку, мемы

становятся важным фактором конструирования цифровой реальности. Дальнейшее изучение их морфологии, прагматики и динамики распространения является необходимым условием для понимания глубинных трансформаций современного публичного дискурса и когнитивных процессов цифрового поколения.

Литература

1. Zannettou, S. On the origins of memes by means of fringe web communities / S. Zannettou, T. Caulfield, J. Blackburn, et al. // *Proceedings of the Internet Measurement Conference*. – 2018. – P. 188-202. – DOI:10.1145/3278532.3278550.
2. Miltner, K. M. Internet memes / K. M. Miltner // *The SAGE Handbook of Social Media* / ed.: J. Burgess, A. Marwick, T. Poell. – London : Sage Publications, 2017. – P. 412-428.
3. Milner, R. M. The world made meme: Public conversations and participatory media / R. M. Milner. – Cambridge, Massachusetts: The MIT Press. – 2016. – 256 p. – *MedieKultur*, 2017. – Vol 63. – P. 156–158.
4. Heiskanen, B. Meme-ing electoral participation / B. Heiskanen // *European Journal of American Studies*. – 2017. – Vol. 12. – № 2. – P. 12. – DOI:10.4000/ejas.12158.
5. Milner, R. M. Pop polyvocality: Internet memes, public participation, and the occupy wall street movement / R. M. Milner // *International Journal of Communication*. – 2013. – Vol. 7. – P. 2357-2376.
6. Mina, A. X. Memes to movements: How the world's most viral media is changing social protest and power / A. X. Mina. – Boston : Beacon Press, 2019. – 235 p.
7. Habermas, J. *Theorie der Gesellschaft oder Sozialtechnologie* / J. Habermas, N. Luhmann // *Was leistet die Systemforschung?* – 1971. – P. 101–141.
8. Nagle, A. *Kill all normies* / A. Nagle. – Winchester, UK ; Washington, USA : Zer0 Books, 2017. – 136 p.
9. Tuters, M. (They) rule: Memetic antagonism and nebulous othering on 4chan / M. Tuters, S. Hagen // *New Media & Society*. – 2020. – Vol. 22. – №12. – P. 2218-2237. – DOI:10.1177/1461444819888746.
10. Leiser, A. Psychological Perspectives on Participatory Culture: Core Motives for the Use of Political Internet Memes / A. Leiser // *Journal of Social and Political Psychology*. – 2022. – Vol. 1. – № 10. – P. 236-252.
11. Plevriti, V. *Satirical User-Generated Memes as an Effective Source of Political Criticism, Extending Debate and Enhancing Civic Engagement : Master's Thesis* / V. Plevriti, S. Johnston, O. Bennett // University of Warwick: Centre for Cultural Policy Studies, 2014. – 75 p.
12. Будовская, Ю. В. Меметический подход к изучению принципов распространения информации в социальных сетях и социальных медиа: дис. ... канд. филол. наук. : 10.01.10 / Будовская Юлия Валерьевна. – М., 2013. – 189 с.
13. Ross, A. S. Digital cultures of political participation: Internet memes and the discursive delegitimization of the 2016 US Presidential candidates / A. S. Ross, D. Rivers // *Discourse, Context & Media*. – 2017. – Vol. 16. – P. 1-11.
14. Shifman, L. Memes in a digital world: Reconciling with a conceptual troublemaker / L. Shifman // *Journal of Computer-Mediated Communication*. – 2013. – Vol.18. – № 3. – P. 362-377. – DOI:10.1111/jcc4.12013.
15. Blackmore, S. J. *The meme machine* / S. J. Blackmore. – Oxford: Oxford University Press, 2000. – Vol. 25. – ISBN: 978-0192862129.
16. Distin, K. *The selfish meme: A critical reassessment* / K. Distin. – Cambridge: Cambridge University Press, 2005. – 238 p.