

МЕМЫ ПРО СУИЦИД КАК РАЗНОВИДНОСТЬ ЧЁРНОГО ЮМОРА В ИНТЕРНЕТЕ

© 2020 Усманова Л.С.

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого,
Санкт-Петербург, Россия

Самоубийство — серьёзная социальная проблема общества. Несмотря на то, что эта тема редко служит предметом обсуждения, различные паблики в социальных сетях выкладывают мемы, освещающие тему суицида. Тематически большая часть мемов посвящена желанию людей покончить жизнь самоубийством, но существуют и мемы с противоположным посылом, например, содержащие в себе причины не совершать самоубийство или высмеивающие его. Для выражения эмоций подобные мемы часто содержат сцены фильмов или мультфильмов.

Ключевые слова: мемы, интернет, чёрный юмор, интернет-мемы, нетнография.

Введение

В современном мире интернет является одним из главных способов коммуникации и поиска информации. С каждым годом всемирная паутина охватывает всё новые сферы жизни людей. По данным глобального отчета Digital 2020, на начало 2020 года более 4,5 миллиарда людей используют интернет, а аудитория социальных сетей превышает 3,8 миллиарда человек. Среднестатистический пользователь проводит в интернете 6 часов 43 минуты каждый день [9].

В силу относительной новизны интернет слабо контролируется со стороны властей, поэтому пользователь может столкнуться не только с интересными и нужными для него материалами. Более того, в сети высок шанс случайно увидеть неприятные или неуместные для себя картины и мал шанс полностью оградить людей с ослабленной психикой от сцен, которые могут повлиять на их дальнейшую жизнь. Например, в интернете в свободном доступе содержатся сцены насилия, убийств и других противоправных действий. Из-за отсутствия контроля интернет-контента получают распространение мемы, содержащие так называемый «чёрный» юмор — юмор, комический эффект которого состоит в насмешках над смертью, насилием, болезнями, физическими уродствами или другими темами, вызывающими ужас в обычной жизни. Чёрный юмор, несмотря на

его неоднозначность, стал для многих людей достаточно привычным явлением [2].

Обзор литературы

В настоящее время сложно представить себе коммуникацию в сети без интернет-мемов и хештегов, особенно среди молодежи. Они быстро «внедрились» в повседневное общение, стали неотъемлемой его частью, повысили интерес и красочность [4]. Хештеги являются основой объединения в социальных сетях [1]. Максим Кронгауз определяет интернет-мемы следующим образом: «Под интернет-мемом подразумевается любая, но короткая информация (слово или фраза, изображение, мелодия и т.п.), мгновенно и неожиданно ставшая модной и воспроизводящаяся в интернете, как правило, в новых контекстах или ситуациях» [5].

Эрих Фромм считал, что в каждом человеке одновременно присутствуют две противоположные психические установки — о жизни и о смерти, но у разных людей они выражены в разных пропорциях. По этому признаку Фромм разделил людей на 2 категории: биофилы — люди, в которых больше развито стремление к жизни, и некрофилы — люди с более развитым стремлением к смерти [8]. У некрофилов подсознательное влечение к смерти и разрушениям, а чёрный юмор, в том числе и про смерть, удовлетворяет эту потребность. Также человек сейчас не живет по законам природы, поэтому он накапливает и держит в себе большое количество агрессии, которую

много веков назад выпускал, например, на охоте. Исходя из этого чёрный юмор можно рассматривать, как особенную форму выражения агрессии или любопытства и познания мира, а значит, он несёт в себе положительный характер, потому что является социально приемлемым способом избавления от таких эмоций и удовлетворения внутренних потребностей человека. Следующей функцией является защитная функция чёрного юмора. Здесь он определяется как выполняющее защитную функцию высмеивание наиболее серьёзных, проблемных сторон человеческого бытия (в их ряду смерть занимает главное место) и в связи с этим — как способ снижения уровня психологической напряжённости человека в его реальной жизни [3]. Используя юмор, человек как бы отрицает значимость увиденного для себя, защищает себя от тяжёлого осознания неизбежности смерти. Также можно выделить группу мемов, дающих человеку эмоциональный всплеск. Чёрный юмор удовлетворяет потребность в ярких эмоциях, впечатлениях. Он вызывает как позитивные, так и негативные эмоции одновременно. Но главным является то, что эти эмоции сильные, поскольку чёрный юмор, особенно про смерть — это юмор на табуированную обществом, но весьма волнующую каждого человека тему.

Материал и методы

Методом исследования стал анализ интернет-пространства, а именно, отбор и изучение 100 мемов о суициде в «фото-форме» в ходе случайной выборки в пабликах социальных сетей «ВКонтакте», «Twitter», «Facebook». Были использованы лингвистический, семиотический и коммуникативный подходы к анализу мемов, а также нетнология как метод анализа коммуникации в интернете.

Целью данной статьи является анализ чёрного юмора в интернет-мемах про суицид в социальных сетях.

Исходя из поставленной цели, были выявлены следующие задачи:

- 1) Исследовать социальные сети «ВКонтакте», «Twitter», «Facebook» на наличие интернет-мемов про суицид.

- m) Провести анализ интернет-мемов по следующим критериям:

Способ создания мема; структура мема; способ совершения суицида в меме; изображение в меме; способ достижения комического эффекта в меме.

Результаты и обсуждение

В современном интернет-пространстве существуют различные по форме и типу интернет-мемы, каждый из которых несёт свое смысловое послание для пользователей сети. В ходе анализа были выделены следующие типы интернет-мемов:

- e) Текстовый мем
- f) Мем-изображение
- g) Креолизованный мем, состоящий из текстовой и визуальной части.

Текстовые мемы представляют собой слово, словосочетание или фразу. Сюда же можно отнести своеобразные фразы-клише, являющиеся шаблонами для мема, например, начинающие или оканчивающие различные высказывания (*Когда ..., я в этом шарю; Все ..., кто-то: ...* и т. д.). Стоит отметить, что почти половина (47 %) мемов были созданы путём добавления текста к какому-либо изображению. Более трети мемов (31 %) были созданы путём добавления реплик персонажам, например: люди стоят на улице и отговаривают человека совершить самоубийство, происходит диалог. 4 % мемов — это мемы, в которых используется только текст без изображения. Примечательно, что авторы мемов используют огромное количество языковых средств для достижения комического эффекта. Некоторые тексты в мемах про суицид даже не несут в себе никакой агрессии, они выражают любовь и заботу. Большое распространение получили мемы, созданные на основе текстового шаблона *«Мои мысли о суициде ... Мама будет грустить»*.

Интересно, что в 45 % мемов не указан конкретный способ совершения самоубийства, а присутствует только упоминание о нём как таковом в виде текста. Однако в остальных случаях автор мема указывает на конкретный способ суицида: 20 % от общего числа мемов изображают повешение, 12 % — самоубийство с

помощью огнестрельного оружия, 10 % — падение с высоты, 9 % — разрезание вен и артерий, 3 % — другое. Полученные данные практически точно повторяют данные ВОЗ о том, что в глобальных масштабах для совершения самоубийства чаще всего используются пестициды, повешение и огнестрельное оружие [7]. Это говорит о том, что сообщения и посты в социальных сетях отражают острые проблемы в обществе.

Мемы-картинки существуют в двух основных разновидностях: к первой относится изначально узнаваемое изображение — например, фото популярного человека, популярный шаблон мема или персонаж мультфильма; ко второй — созданное с помощью Фотошопа или другого графического редактора изображение. В ходе исследования было выявлено, что наиболее популярным способом создания мемов на тему суицида является использование комиксов и рисунков — это 35 % из всех исследованных мемов. Чуть менее популярным способом является использование реальных фото из сети — этот способ составил 29 % от общего числа. Почти треть мемов (26 %) были созданы с помощью компьютерной графики и Фотошопа. Наименее популярным способом создания мемов про суицид (10 %) оказалось использование скриншотов переписок в социальных сетях или поисковых запросов.

При этом в 27 % мемов используются изображения реальных людей, из которых 12 % — это известные люди из мира кино, сериалов и музыки, например, Курт Кобейн. В основном авторы мемов используют изображения вымышленных персонажей — 43 % мемов содержали изображения нарисованных людей и животных, однако большинство из них были героями популярных мультипликационных фильмов, например, кот из мультфильма «Том и Джерри», персонажи популярных аниме («Наруто»). Также обнаружилось, что существуют мемы про суицид даже с фотографиями настоящих животных, чаще всего домашних — 14 % от общего числа мемов. Получается, что в мемах изображение, наряду с вербальной частью, несёт смысловую нагрузку, оно часто используется для придания большей

выразительности словам или вовсе может «говорить без слов». Авторы используют в качестве изображений яркие, красочные и эмоциональные сцены для передачи эмоций, которые с помощью текста могут быть переданы только частично или вовсе сойти на нет. Такие в огромном количестве содержатся в фильмах и мультфильмах, что объясняет их популярность в создании мемов — кадры из фильмов, так же как и выражения эмоций их героев, могут обладать универсальностью в подборе ситуаций.

Наиболее популярным является использование креолизованного мема, основными компонентами которого выступают вербальная часть (надпись / подпись) и графическая часть (рисунок, фотография, картинка). В разных типах мемов они встречаются в различных соотношениях. Составляющие мема подбираются создателями таким образом, чтобы смыслы, вкладываемые в мем, были наиболее понятны другим пользователям. В результате пользователи привыкают ассоциировать данный мем с определёнными эмоциями или смыслами. Мемы, в которых большее значение имеет графическая часть, как правило, представляют собой различных персонажей, чей образ закрепил за собой определённые смыслы: например, ослик Иа из популярного мультфильма «Винни-Пух» крепко закрепил за собой образ грустного персонажа, который не радуется жизни. В этом случае текст играет второстепенную роль. Именно образ привлекает к себе внимание и создает комический эффект.

При анализе путей достижения комического эффекта результаты оказались следующими: мемы про суицид можно разбить на две основные тематические группы. Первая — мемы, связанные непосредственно с желанием или нежеланием автора или других людей совершить суицид: в 19 % мемах скрыт суицидальный подтекст, выражающий склонность автора к самоубийству («*То чувство, когда в голову приходят мысли о самоубийстве*») и картинка с радостным человеком), в 15 % — высмеивают желание других людей покончить жизнь самоубийством (фотография молодого парня, стоящего в лесу и подпись: «*Когда*

выбираешь, на каком дереве повеситься»), 7 % мемов — это мемы, в которых высмеивается желание людей привлечь к себе внимание путём совершения попытки суицида (мем, в котором человек говорит другому, что он «*неправильно режет вены*»). Еще 6 % — мемы, в которых описывают причины не совершать самоубийство, что носит положительный характер, потому что в них не содержится пропаганда суицида. Большинство таких мемов (85 %) основаны на глубокой привязанности человека к семье, в основном, к матери: в меме говорится, что человек не будет совершать самоубийство, потому что не хочет, чтобы «*мама грустила*». 10 % такого вида мемов основаны на любви автора к какому-то бренду или даже фильму (например, человек в меме видит, что состоялась премьера долгожданного фильма и считает это причиной для продолжения жизни).

Вторая группа — это мемы, основанные на абсурде: в 21 % случаев юмор основан на преувеличении проблем и выдумывании «нелепых» причин для смерти (например, пропущенные звонки от родителей). В 20 % мемов комический эффект достигается путём языковой игры, часто она проявляется в использовании слов с несколькими значениями в разных контекстах (например, слово *висеть*) или использовании метафор — 12 % мемов ассоциируют суицидальное поведение с поведением животных (например, голубь стоит на краю крыши, значит он хочет совершить самоубийство). 6 % мемов выражает исключительно любовь к подобному юмору без серьёзных мыслей о причинении себе вреда (например, изображение развилки, в которой одна дорога подписана «*нормально общаться*», а вторая — «*шутить про суицид*»).

Исследователи предполагают, что интернет-мем является способом идентификации «свой–чужой» в культурном пространстве интернета [6]. Анализ показал, что 90 % мемов — это мемы, направленные на «широкую» публику и лишь 10 % — это «локальные» мемы, шутку в которых могут понять только люди, знакомые с автором (например: *Вова, твоя сестра рассказала секрет маме* и изображение с кнопкой «самоубийство»).

Заключение

Таким образом, проанализировав 100 мемов из трёх различных социальных сетей в интернете, можно отметить, что медиавирусы действительно играют большую роль в общении пользователей. В ходе исследования было отмечено, что структуру мемов про суицид можно условно разделить на три типа: текстовые мемы, мемы-изображения и креолизованные мемы. Особой популярностью среди молодежи пользуются последние, так как их составляющие помогают лучше передать эмоции и юмористическое послание. Смысловая нагрузка была разнообразной, например, в некоторых мемах демонстрировалась склонность к суициду (34%), а в других, напротив, содержались причины не совершать самоубийство (6%). В мемах упоминаются либо просто идея самоубийства, либо конкретные способы умерщвления себя, такие как повешение, огнестрельное оружие, падение с высоты, разрезание вен. Хотя тема самоубийства табуирована в обществе, мемы позволяют вскрывать имеющиеся проблемы, показывая ситуацию под разным углом.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Быльева Д.С. Потенциал интернет-консолидации на примере гражданской науки и флешмобов // Седьмая международная научно-практическая конференция: Философия и культура информационного общества.— СПб.: ГУАП, 2019. — С. 181–183.
2. Губанов Н.Н., Рокотянская Л.О., Губанов Н.И. Чёрный юмор: превращение трагедии в абстрактную идею // Гуманитарий: актуальные проблемы гуманитарной науки и образования. — 2018. — № 3 (43). — С. 328–340.
3. Зиновьева Н.А. Воздействие мемов на Интернет-пользователей: типология Интернет-мемов // Вестник экономики, права и социологии. — 2015. — № 1. — С. 195–201.

4. Калугин А.М. Интернет-мемы как средство формирования интереса у учащихся к уроку истории // Вестник науки и образования. — 2017. — № 12 (36). — С. 88–91.
5. Кронгауз М.А. Мемы в Интернете: опыт деконструкции // Наука и жизнь. — 2012. — № 11. — URL: <https://www.nkj.ru/archive/articles/21327/> (дата обращения: 15.05.2020)
6. Лысенко Е.Н. Интернет-мемы в коммуникации молодежи // Вестник СПбГУ. Серия 12. Социология. — 2017. — № 4. — С. 410–424.
7. Самоубийство. — 2019. — URL: <https://www.who.int/ru/news-room/fact-sheets/detail/suicide> (дата обращения: 15.05.2020).
8. Фромм Э. Анатомия человеческой деструктивности. — М.: АСТ, 2015. — 621 с.
9. Digital 2020. — 2020. — URL: <https://wearesocial.com/digital-2020> (дата обращения: 15.05.2020).

MEMES ABOUT SUICIDE AS A FORM OF BLACK HUMOR ON THE INTERNET

© 2020 Leya S. Usmanova

Peter the Great Saint Petersburg Polytechnic University, Saint Petersburg, Russia

Suicide is a serious social problem. Despite the fact that this topic is rarely discussed, various public posts on social networks post memes highlighting the topic of suicide. Thematically, most memes deal with people's desire to commit suicide, but there are also memes with the opposite message, for example, containing reasons not to commit suicide or making fun of it. To express emotions, such memes often contain scenes from movies or cartoons.

Keywords: memes, Internet, black humor, suicide, Internet-memes, netnography.