



Философские проблемы отдельных наук

УДК: 165+004

DOI: 10.15372/PS20250405

EDN: PUBXZI

И.Г. Меркулова

АЛГЕБРА, ГАРМОНИЯ И МЕМЫ: ЛАТИНОАМЕРИКАНСКИЙ СЕМИОТИЧЕСКИЙ ПОДХОД*

Новый номер латиноамериканского семиотического журнала «deSignis» (№ 41, июль–декабрь 2024) посвящен теме цифровой культуры и мемов. Ведущие эксперты-семиотики из Аргентины, Бразилии, Мексики, Уругвая, а также ряда европейских стран размышляют о феномене мема как части общей цифровой культуры в контексте производства и распространения смысла. Статьи номера представляют так называемую «семиотику третьего поколения», которая в XXI в. стремится к междисциплинарному диалогу с философией и антропологией.

Ключевые слова: цифровая культура; мем; медиатизация; смысл; семиотика

I.G. Merkoulouva

ALGEBRA, HARMONY, AND MEMES: A LATIN AMERICAN SEMIOTIC APPROACH

The new issue of the Latin American semiotic journal “deSignis” (No. 41, July–December 2024) focuses on the topic of digital culture and memes. Leading semiotic experts from Argentina, Brazil, Mexico, Uruguay, and several European

* Статья подготовлена в рамках государственного задания ГАУГН «Цифровизация и формирование современного информационного общества: когнитивные, экономические, политические и правовые аспекты». Регистрационный номер НИОКТР 123022000042-0. Код темы FZNF-2023-0004. Регистрационный номер темы 1022040800826-5-5.2.1;6.3.1;5.9.1.

countries reflect on the phenomenon of the meme as part of the general digital culture in the context of the production and dissemination of meaning. The articles in the issue represent the so-called “third-generation semiotics”, which in the 21st century strives for an interdisciplinary dialogue with philosophy and anthropology.

Keywords: digital culture; meme; mediatization; meaning; semiotics

Профильный журнал Латиноамериканской федерации семиотики «deSignis» посвящен исследованиям смысла в языке и обществе, выходит на испанском и португальском языках и в 2025 г. отметил свой 25-й юбилей. За четверть века своего существования это издание превратилось в авторитетную площадку, где обмениваются мнениями специалисты в области семиотики, а также смежных гуманитарных дисциплин (антропологии, филологии, философии) из стран Латинской Америки и Европы.

В 2022 г., в сотрудничестве с Международным центром семиотики и диалога культур Государственного академического университета гуманитарных наук впервые за историю существования журнала был опубликован специальный номер «Семиотика культуры. От Юрия Лотмана к будущему» («Semiótica de la Cultura. De Yuri Lotman al futuro»), приуроченный к столетию со дня рождения основателя Московско-Тартуской семиотической школы Ю.М. Лотмана [7]. В номере под руководством команды приглашенных редакторов (И.Г. Меркулова, М. Мартин, Ф. Седда, П. Аран) приняли участие авторы из 11 стран, в том числе российские ученые.

В продолжение темы семиотики культуры и новых культурных форм будущего в конце 2024 г. вышел новый номер «deSignis» под названием «Мемы и цифровая культура: трансформации в сфере медиатизации» («Memes y cultura digital. Transformaciones en el campo de la mediatización») [2]. В нем известные эксперты в области семиотики из Аргентины, Бразилии, Мексики, Уругвая, а также ряда европейских стран представили свои исследования феномена мема как части общей цифровой культуры в контексте производства и распространения смысла.

В открывающей номер статье Гастон Синголани, профессор Национального университета искусств Буэнос-Айреса, пишет о наступившей эпохе «семиотики третьего поколения» [3, р. 9]. Это выражение ввел в научный обиход Элисео Верон (1935–2014), один из

основателей аргентинской семиотики, ученик Ролана Барта и Клода Леви-Стросса, известный также своими трудами в области социологии и антропологии. По мнению Синголани, Верон имел в виду не поколения представителей данной науки, а дисциплинарные изменения внутри нее. «Семиотика первого поколения» европейской традиции занималась системами и текстовыми единицами, развивая идеи Фердинанда де Соссюра. Авторы ранних семиотических исследований полагали, что смысл существует на всех уровнях социальных практик и представлен в виде структур, которые необходимо изучать и описывать. Семиотики «второго поколения», прежде всего Жерар Женетт и Юлия Кристева, стали интересоваться интертекстуальностью, генетическими связями внутри текстов и систем. Предметом семиотики постепенно стали дискурс и высказывание, исследователи начали говорить о том, что смысл текста в момент его создания не будет единственным и зафиксированным, а в процессе интерпретации возникнут его новые разновидности. В частности, на этом настаивал Умберто Эко в книге «Открытое произведение» («Opera aperta» – фундаментальная семиотическая работа, написанная на основе доклада «Проблема открытого произведения», представленного на XII Международном философском конгрессе 1958 г.). Семиотики заговорили о смысле «в действии», неотделимом от процесса рецепции.

Эволюция семиотического анализа происходила на протяжении всего XX в. на фоне усиления медиатизации реальности и производства дискурсов для массовой аудитории. Политика, религия, искусство, мода, спорт и развлечения – все эти области были представлены в виде «дискурсивных потоков» на огромных пространствах и территориях. Цифровая культура начала XXI в. стала временем новых акторов – анонимных творцов и пользователей смысла в интернет-пространстве. Как указывает Синголани, сегодня разрабатывается семиотика «третьего поколения», предмет которой – не структуры и не интертекстуальное взаимодействие, а *распространение смысла* [3, р. 10]. Поэтому лаконичные формы цифровой культуры, в частности мемы, представляют особый интерес для исследователей-гуманитариев – семиотиков, антропологов и философов.

Гастон Синголани называет формат мема «капсульным» и «полифоническим»: первое впечатление, которое он производит на поль-

зователей, состоит в том, что смысл как будто очевиден и лежит на поверхности [3, р. 11]. Однако на самом деле мемы строятся на основе наших энциклопедических знаний о персонажах, ситуациях, историях и повествованиях. Смысл мема возникает внутри обширного интернет-контекста и полностью зависит от него, мемы отличаются «дискурсивной вездесущностью».

Интернет-мемы – органичная часть процесса *распространения смысла* в виртуальном пространстве. Они близки к другим формам популярной культуры, представляющим *vox populi*: граффити, народным песням, шуткам, городским анекдотам. Все эти формы противостоят попыткам институализации и подчинения единому авторитетному высказыванию от имени определенного общественного круга.

Приглашенный редактор номера «deSignis» Мария Элена Битонте – доцент Университета Буэнос-Айреса, исследующая новые формы медиатизации и коммуникации. По ее словам, целью специального номера было выстраивание диалога между разными гуманитарными подходами (семиотическим, философским и др.) для осмысления феномена медиатизации на примере мемов. Интернет-мемы могут становиться частью критики общественных событий, структурировать пространство виртуальных встреч и бесед, выступать в роли юмористического противоядия во время пандемии. Во всех указанных случаях они являются важными элементами цифровой коммуникации и обладают значительной «дискурсивной силой» [1, р. 13].

Авторам специального номера «deSignis» удалось организовать увлекательную дискуссию о связи мемов с текущими технологическими и социокультурными трансформациями, об их роли в эволюции процессов распространения смысла. Битонте уточняет, что материалы номера посвящены главным образом конкретному типу мемов – «и-мемам». Термин «и-мем», или «интернет-мем», предложил в 2015 г. Хосе Велес Эррера, написавший для номера статью под названием «Кто нас читает? Новые типы принимающего в коммуникационной модели» [8]. По версии Велеса Эррера, «и-мем» – мем цифровой, в этом его основное отличие от других видов мемов. Размышляя над термином «и-мем», Битонте задается вопросом, являются ли мемы новинкой виртуальной реальности или же более ранним явлением. Британский популяризатор науки Ричард Докинз в своей книге 1976 г.

«Эгоистичный ген» ввел понятие «мем» для обозначения единиц значимой культурной информации (идей, символов, мелодий, лозунгов и др.), которые передаются от одного человеческого разума к другому посредством имитации или научения [4]. Идея передачи заложена уже в этимологии слова «мем» (от греческого «изображение», «сходство»), которое фонетически также отсылает к термину «ген», обозначающему единицу наследственности.

Первые появления мемов в виртуальной среде были зафиксированы в конце XX столетия, а в середине 2000-х годов на них обратили внимание семиотики и лингвисты. Настоящий бум мемы пережили в период пандемии COVID-19, а сегодня этому явлению посвящены статьи и книги, созданы тематические платформы, сайты по созданию мемов, виртуальные «музеи мемов», разрабатываются школьные и университетские спецкурсы в рамках исследований медиатизации.

В своей статье «Цифровые исследования, мемы и производство смысла» Лукреция Эскудеро Шовель, директор журнала deSignis, заслуженный профессор университета Лилля, сравнивает способы обработки информации и «стратегии аудиовизуального высказывания» во время недавней пандемии коронавируса и эпидемии СПИДа в последние десятилетия прошлого века [5, р. 25]. В обоих случаях речь идет о новых формах повестки дня на телевидении, на радио и в газетах. Однако именно формат соцсетей периода 2020-х годов позволил мемам не просто стать одним из механизмов популярного юмора, «вакциной от страха», но и радикально изменить само восприятие пандемии. В этом смысле мемы периода пандемии могут трактоваться как варианты «дискурса сопротивления».

Изучение мемов – важный шаг к пониманию цифровой культуры в целом, считает Мария Элена Битонте. Одной из ключевых проблем цифровой реальности является вопрос об авторстве того или иного продукта или идеи. Этому вопросу посвящена статья заслуженного профессора Университета «Новая Сорбонна» Франсуа Жоста «Мемы в поисках автора» [6]. Жост исследует мемы с позиций семиотики, филологии и философии, утверждая, что мем похож на шутку или анекдот: первоначальный источник неизвестен, но по мере повторения и интерпретации мем обрывает подробностями или подвергает

ется критике. Пользователи интернет-мемов делятся на две категории: тех, кто случайно подвергается воздействию того или иного мема, и тех, кто специально подписывается на страницы авторов мемов, чтобы в свою очередь их распространять, становясь «соавторами». Так называемое «творческое присвоение» мемов – ключ к пониманию семиозиса внутри цифровой реальности через анализ механизмов высказывания, гипертекстуальности, полифонии, авторского стиля.

Мемы свидетельствуют о новых способах распространения смысла в современном обществе социальных сетей. Чтобы идентифицировать, описать и охарактеризовать этот вид семиозиса, недостаточно просто повторять идеи Докинза, выступая, как пишет Битонте, в роли его многочисленных «Сальери» [1, р. 19]. *Поверить алгеброй гармонию*: алгебра интернет-мемов превращается в гармонию цифрового пространства только тогда, когда ученые включают их в агентивные и репрезентационные модели.

Литература

1. Bitonte M.E. Presentación (Presentation) // Memes y cultura digital. Transformaciones en el campo de la mediatización. deSignis. 2024. No. 41. P. 13–21. URL: <https://www.designisfels.net/capitulo/i41-02-presentacion/> (дата обращения: 20.06.2025).
2. Bitonte M.E., Scolari C.A., Canedo N., Gurevich A., Siri L., Urbanitsch V. Memes y cultura digital. Transformaciones en el campo de la mediatización (Memes and Digital Culture. Transformations in the Field of Mediatization). deSignis. 2024. No. 41. URL: <https://www.designisfels.net/publicacion/memes-y-cultura-digital-transformaciones-en-el-campo-de-la-mediatizacion/> (дата обращения: 20.06.2025).
3. Cingolani G. Semiótica de la circulación a la luz de las transformaciones de la mediatización (Semiotics of circulation in the light of mediatization transformations) // Memes y cultura digital. Transformaciones en el campo de la mediatización. deSignis. 2024. No. 41. P. 9–12. URL: <https://www.designisfels.net/capitulo/i41-01-semiotica-de-la-circulacion-a-la-luz-de-las-transformaciones-de-la-mediatizacion/> (дата обращения: 20.06.2025).
4. Dawkins R. The Selfish Gene. Oxford University Press, 1976. Русский перевод: Докинз Р. Эгоистичный ген. Пер. с англ. Н. Фоминой. М., АСТ: CORPUS, 2013.
5. Escudero Chauvel L. Digital studies, memes y producción de sentido (Digital studies, memes, and the production of meaning) // Memes y cultura digital. Transformaciones en el campo de la mediatización. deSignis. 2024. No. 41. P. 25–46. URL: <https://www.designisfels.net/wp-content/uploads/2024/10/designis-i41p25-46.pdf> (дата обращения: 20.06.2025).

6. *Jost F.* Los memes en busca de un autor (Memes in search of an author) // Memes y cultura digital. Transformaciones en el campo de la mediatización. deSignis. 2024. No. 41. P. 195–207. URL: <https://www.designisfels.net/wp-content/uploads/2024/10/designis-i41p195-207.pdf> (дата обращения: 20.06.2025).

7. *Merkoulova I., Martín M., Sedda F., Arán P., Lozano J.* Semiótica de la cultura. De Yuri Lotman al futuro. deSignis, Hors Serie. 2022. No. 02. URL: <https://www.designisfels.net/hors-serie/semiotica-de-la-cultura-de-yuri-lotman-al-futuro/> (дата обращения: 20.06.2025).

8. *Vélez Herrera J.I., Martínez Sosa V., Rivero Romero X.* ¿Quién nos lee? Los nuevos receptores en el modelo de la comunicación (Who is reading us? The new receptors in the communication model) // Memes y cultura digital. Transformaciones en el campo de la mediatización. deSignis. 2024. No. 41. P. 155–164. URL: <https://www.designisfels.net/wp-content/uploads/2024/10/designis-i41p155-164.pdf> (дата обращения: 20.06.2025).

References

1. *Bitonte, M.E.* (2024). Presentación [Presentation]. Memes y cultura digital. Transformaciones en el campo de la mediatización [Memes and Digital Culture. Transformations in the Field of Mediatization]. deSignis, 41, 13–21. Available at: <https://www.designisfels.net/capitulo/i41-02-presentacion/> (date of access: 20.06.2025).

2. *Bitonte, M.E., C.A. Scolari, N. Canedo, A. Gurevich, L. Siri & V. Urbanitsch.* (2024). Memes y cultura digital. Transformaciones en el campo de la mediatización [Memes and Digital Culture. Transformations in the Field of Mediatization]. deSignis, 41. Available at: <https://www.designisfels.net/publicacion/memes-y-cultura-digital-transformaciones-en-el-campo-de-la-mediatizacion/> (date of access: 20.06.2025).

3. *Cingolani, G.* (2024). Semiótica de la circulación a la luz de las transformaciones de la mediatización [Semiotics of circulation in the light of mediatization transformations]. Memes y cultura digital. Transformaciones en el campo de la mediatización [Memes and Digital Culture. Transformations in the Field of Mediatization]. deSignis, 41, 9–12. Available at: <https://www.designisfels.net/capitulo/i41-01-semiotica-de-la-circulacion-a-la-luz-de-las-transformaciones-de-la-mediatizacion/> (date of access: 20.06.2025).

4. *Dawkins, R.* (1976). The Selfish Gene. Oxford University Press. Russian translation: *Dawkins, R.* (2013). Egoistichnyy gen. Transl. from English by N. Fomina. Moscow, AST Publ., CORPUS Publ.

5. *Escudero Chauvel, L.* (2024). Digital studies, memes y producción de sentido [Digital Studies, Memes, and the Production of Meaning]. Memes y cultura digital. Transformaciones en el campo de la mediatización [Memes and Digital Culture. Transformations in the Field of Mediatization]. deSignis, 25–46. Available at: <https://www.designisfels.net/wp-content/uploads/2024/10/designis-i41p25-46.pdf> (date of access: 20.06.2025).

6. *Jost, F.* (2024). Los memes en busca de un autor [Memes in search of an author]. Memes y cultura digital. Transformaciones en el campo de la mediatización [Memes and Digital Culture. Transformations in the Field of Mediatization]. *deSignis*, 41, 195–207. Available at: <https://www.designisfels.net/wp-content/uploads/2024/10/designis-i41p195-207.pdf> (date of access: 20.06.2025).

7. *Merkoulova, I., M. Martín, F. Sedda, P. Arán & J. Lozano.* (2022). Semiótica de la Cultura. De Yuri Lotman al futuro. *deSignis*, Hors Serie 02. Available at: <https://www.designisfels.net/hors-serie/semiotica-de-la-cultura-de-yuri-lotman-al-futuro/> (date of access: 20.06.2025).

8. *Vélez Herrera, J.I., V. Martínez Sosa & X. Rivero Romero.* (2024). ¿Quién nos lee? Los nuevos receptores en el modelo de la comunicación [Who is reading us? The new receptors in the communication model]. Memes y cultura digital. Transformaciones en el campo de la mediatización [Memes and Digital Culture. Transformations in the Field of Mediatization]. *deSignis*, 41, 155–164. Available at: <https://www.designisfels.net/wp-content/uploads/2024/10/designis-i41p155-164.pdf> (date of access: 20.06.2025).

Информация об авторе

Меркулова Инна Геннадьевна – Международный центр семиотики и диалога культур Государственного академического университета гуманитарных наук (119049, Москва, Мароновский пер., 49).
igmerkulova@gaugn.ru

Information about the author

Merkoulova, Inna Gennadievna – International Center for Semiotics and Intercultural Dialogue of the State Academic University for the Humanities (49, Maronovsky Lane, Moscow, 119049, Russia).
igmerkulova@gaugn.ru

Дата поступления 23.08.2025.
Принята к публикации 10.11.2025.