

Олександра Глазова,
заступник директора ІППО
КУ імені Бориса Грінченка,
кандидат педагогічних наук.

Аналіз медіа-вірусів як предмет дискутування (актуальна тема для дискусії в 11 класі)

Зі слів брудних тече брудна ріка.
І це давно для нас не таємниця,
Що бруд затопить джерело криниці,
Прозору воду тихого струмка.
Леся Коваленко.

Програма одинадцятого класу передбачає створення учнями статті для газети. Над статтею школярі працювали в 10 класі, тож варто ускладнити завдання, запропонувавши роботу над статтею дискусійного характеру.

Оскільки саме формулювання покладеної в основу статті проблеми має налаштувати на усвідомлений вибір та аргументоване обстоювання власної позиції, предмет обговорення обов'язково має бути для учнів актуальним. Хотілося б вийти за межі тем, які тиражуються в усіх класах і школах..

Чи ж може бути для сьогоdnішнього старшокласника тема, актуальніша за особливості Інтернету, який став для нього звичним середовищем, реальним засобом здобування необхідної навчальної або просто цікавої інформації? Недарма до наукового обігу введено термін *digital natives* – на позначення людей, які народились у епоху Інтернету. Відповідно до досліджень британської газети *Independent*, усе частішими стають випадки, коли онлайн-щоденники починають вести з трирічного віку! За свідченням журналу *Psychologies*, якщо трирічні англійські малюки обговорюють на блогах мультики та оприлюднюють власні віршики, то діти десяти-одинадцятирічні не тільки викладають власноруч проілюстровані збірки власних оповідань, а ще й критикують... систему соціального забезпечення!

Що стосується шкільної молоді, то роль Інтернету в її житті, зокрема в організації та реалізації спілкування – у форумах, чатах та спільнотах за інтересами, переоцінити важко. У шкільному навчальному процесі цю обставину потрібно не тільки враховувати, її треба досліджувати й вивчати на різних рівнях – від соціального та психологічного до мовного й мовленнєвого.

Справа не лише в наданих Інтернетом колосальних самоосвітніх можливостей для кожного. Цифрова цивілізація, у яку ми активно вступаємо, - це щось більше за Інтернет із його блогами, електронним листуванням, відозв'язком та іншими комунікаційними системами. Електронне середовище включає і власне інтелектуальне середовище, адже мільярди користувачів Інтернету, яких називають проНЕТарями, за допомогою звичайного ноутбука викладають в Інтернет тексти (статті, есе, відгуки, коментарі), будь-хто з проНЕТарів генерує міриади ініціатив та пропозицій.

Серед таких пропозицій – *інтернет-меми*. Вікіпедія визначає їх як «явище спонтанного розповсюдження певної інформації або фрази, часто беззмістовної, яка набула популярності шляхом поширення в інтернет-середовищі всіма можливими способами (електронною поштою, на форумах, блогах і т.ін.), а також сама ця інформація або фраза». Головна мета мема - викликати емоції, тобто надати емоційності повідомленню, до якого мем включено, адже саме емоційна забарвленість сприяє запам'ятовуванню й поширенню вкладеного в повідомлення змісту (а часом його підкресленої беззмістовності). Більшість мемів уживають лише користувачі Інтернету, проте деякі з них, виходячи за межі ресурсу, перетворюються на популярні молодіжні сленгізми. Забезпечуючи, як і будь-які сленгізми, виокремлення тих, хто їх розуміє та вживає, із загалу в окрему спільноту, меми до того ж виконують роль «заклинань гумору».

Висловлюється думка, що мем є породженням медіавірусу. *Медіавірус* – це інформація, яка «заражає» певним настроєм аудиторію або навіть суспільство в цілому. Недарма останнім часом заговорили про народження «вірусного маркетинга».

Значного поширення в Інтернеті набули такі види мемів:

ВИДИ ІНТЕРНЕТ-МЕМІВ			
Вербальні		Візуальні	Їхнє поєднання
слово	речення	фото, малюнок, відео	ілюстрація з підписом

Щоб було зрозуміло, про що йдеться, подаємо перелік та тлумачення найбільш уживаних вербальних інтернет-мемів.

Донкі-хот. Таке, на перший погляд, неграмотно записане наймення літературного героя насправді розкладається на англійські слова donkey — «осел» — та hot — «гарячий», «сексуальний». У ролі мема використовується відтоді, як на одному з чатів дописувач Памідор попросив стисло розповісти, про що йдеться у Сервантеса, бо читати йому неохота. Таке прохання викликало зливу саркастичних коментарів. Мем «Донкі-хот» перетворився на назвисько такого собі мережевого Митрофанушки. Звісно, помилку-родзинку можна збагнути лише в писемній передачі мема.

Мопед не мій, я просто розмістив оголошення. Цей мем народився на форумі одного з українських сайтів, присвячених обговоренню мотоциклів. Хтось із дописувачів виклав пропозицію щодо продажу моторолера та його фотографію. Коли ж продавця закидали уточнювальними запитаннями, він відповів реченням, яке настільки припало до душі учасникам форуму, що за нетривалий час набралось... понад 300 сторінок дотепних коментарів. Мем застосовується як іронічна відповідь людині, яка прагне уникнути відповідальності.

Горизонт завалений. Стандартна помилка фотографів-початківців полягає в неправильному виборі ракурсу, внаслідок чого лінія горизонту не є паралельною головному зображенню. Мем виник у процесі критики фотографії, представленої на обговорення спільноти фотографів. Означає або в'їдливе зауваження щодо низької якості будь-чого, або іронічне виправдання за авторство невдалого продукту.

Йа, криветко! («креветко», «креведко», «криведко»). Самостійного (безконтекстного) лексичного значення фраза не має: вона походить від цитати з Башорга (bash.org.ru — адреса розважального Інтернет-сайта «Цитатника Рунета», на якому оприлюднюються надіслані користувачами кумедні фрагменти електронного листування). Цікаво, що впродовж одного буднього дня до Башорга надсилається понад три тисячі цитат! Так от, у нашому випадку йдеться про цитату: «Так... звичайно, лекція з фізики нашого викладача досить захоплива, але коли перед тобою на парті красується напис: «ЙА КРИВЕТКО!»...». А ось ще одна цитата з того ж Башорга: «Уяви тільки свій вигляд – голова зігнута до тулуба, пальці перед обличчям, як щупальці креветки...». Швидше за все, мем передає повну ідеферентність до всього навколо або ж (що менш імовірно) критичну самооцінку.

Ктулху. Варіації: Ктулху захиває фсіх. Ктулху з’їв мосок. Ктулху — архаїчне чудовисько з міфології гренландських ескімосів, яке стало персонажем нині напівзабутого оповідання американського письменника, майстра жахів, містики й фентезі Говарда Філіпа Лавкрафта «Поклик Ктулху». Цей гігантський спрут з тілом людини і хвостом дракона нібито мешкає на дні Тихого океану. За Лавкрафтом, уся людська цивілізація – лише мить його сну. Ктулху впливає на людську психіку через сновидіння, які збуджують або присипляють людину. Колись Ктулху має прокинутися - тоді він постане з дна океану й знищить людство. У російськомовному Інтернеті мем набув популярності після акції «Постав запитання Путіну» (2006 р.), у ході якої в президента спитали: «Як ви ставитеся до пробудження Ктулху?». Особливістю мема стала позитивізація негативного літературного персонажа Ктулху: якщо в Лавкрафта це ворожа людству потвора, то в мемах він – доброзичливий і досить симпатичний, що не зовсім зрозуміло, бо посилення на Ктулху нагадує про невідворотність кінця людства. До речі, образ Ктулху використовують у публіцистиці. «Потрібна колективна воля – і суспільства, і обраних ним керівників, - щоб ... не опинитися в смертельних обіймах Ктулху. А це може відбутися лише тоді, коли на місце *інтересів* прийдуть *цінності*» (Оксана Пахльовська. У тіні Ктулху, або пострадянський політичний клас/ Ave, Europa!. –К.: Пульсари. - 2008).

Аьоке — мем, породжений помилкою учасниці спільноти футбольних уболівальників, яка мала нік [fiti_miti](#). За її поясненнями, вона хотіла написати «в атаці», але «повело» руку. Слово вмить поширилось у блогах і на форумах. Лексичне значення до кінця не сформувався, проте найчастіше використовується як схвальний вигук замість «Привіт!» чи «Па-па!». Інколи означає назву чогось невизначеного або безформного.

Як показано в таблиці, мем може бути не лише словом або фразою, а й малюнком, фотографією, відеороликом. Найпоширеніші в мережі візуальні Інтернет-меми такі:

Божевільне жабеня (Crazy Frog). Західноєвропейський Інтернет-мем, зображення віртуального виконавця пісень, розроблене засобами 3D-графіки (усім відомий аналог - віртуальна співачка Глюк'оза). Використовується як реклама для збуту комерційних продуктів.

Чумазик. Чоловік із забрудненим обличчям випадково з’явився на задньому плані в телерепортажі Курської компанії «Такт» про робітничий страйк, що відбувався восени 2004 року. Трапилося так, що невідомий став героєм багатьох

«фотожаб» (зроблених за допомогою фотошопів зображень). Пізніше з'ясувалося, що цей чоловік на ім'я Юрій Татаренков, зовсім не п'яний, як це могло здатися, з дитинства він хворий на церебральний параліч, тож обличчя було брудне тому, що через недугу він часто падав на землю. 2008 року, після того, як правдива інформація про нього поширилася в мережі, журналісти «Такту» відшукали свого випадкового героя. Пропозиції матеріальної допомоги з припискою "Ми не знали - нам соромно" посипалися зрізнобіч. Гроші збирала газета «Комсомольская правда».

Серед Інтернет-мемів, у яких зображення поєднано з підписом, найпопулярніші такі:

Погладь kota. Фотографії манулів з різними підписами набули шаленої популярності з осені 2008 року. Очевидно, цікавість викликав екзотичний вигляд цих диких котів, що живуть у степах Центральної та Середньої Азії. У погляді цих непривітних тварин (до речі, зіниці в манула не вертикальні, а круглі), які практично не піддаються прирученню, читається лють і загроза. Основний сюжет таких колажів — грізний писок уредного манула та підпис «Погладь kota» в різних варіаціях.

I want to believe. Це плакат із зображенням літаючої тарілки з кабінету героя телесеріалу «Секретні матеріали» агента Малдера. Плакат став улюбленим об'єктом фотошопа: тільки лінивий не розміщував на тій тарілці портрети відомих музикантів чи політиків.

Словесникові зрозуміло: народжуються сленгізми, частина яких після випробування часом, можливо, поповнить словник фразеологізмів. Джерело цих новотворів – молодіжна інтернет-субкультура. «Винахідниками» неологізмів є завсідники мережі – підлітки, школярі, студенти, програмісти, зазвичай теж люди молодого віку. Проте одинадцятикласники мають дійти такого висновку самостійно.

Останнім часом такий сленгізми-меми активно виходять за межі Інтернету – їх можна почути в розмовах молоді, їх обігрують у рекламі, публікаціях ЗМІ на молодіжну тематику. На таких слівцях лежить відчутний відбиток підліткового нонконформізму, специфічного юнацького гумору. Можливо, такий сленг - засіб протесту й спротиву проти застарілих стереотипів та інтерпретацій, своєрідний виклик старшому поколінню? Такі (або інші) висновки також самостійно мають зробити в процесі дискутування одинадцятикласники.

Щодо мемів-слів, то йдеться про навимисне або випадково перекручені (*аьоке* замість *атака*; *криведко* замість *креветка*), неправильно записані (*йа* замість *я*, *креатифф* замість *креатив*, *аффтар* замість *аватар*) лексеми. Такі ж спотворені слова часом входять і до мемів-фраз (виписи *йаду*). Чого тут більше – епатажності, відвертого наслідування дитячої вимови (пишу як чую) чи відвертої орфографічної неграмотності? Можливо, така епатажність – то незграбна спроба хоч якось виправдати (чи замаскувати) елементарну неосвіченість? А може, таке написання – вияв підліткової індивідуальності? Адже в Інтернеті кожен може бути тим, ким є, або тим, ким хоче бути. Недарма ж існує трохи хуліганський, зате блискучий своєю несподіваністю та іронічністю сайт «Луркоморье — енциклопедия мемов, фольклора и Всего Остального». До речі, до твору О.С.Пушкіна назва сайту має стосунок опосередкований (усе-таки співзвучна), оскільки слово *луркмоар* походить від англійського жаргонізму *lurk moar*; *lurk*, що означає «ховатися, приचाюватися», у переносному значенні «шукати» (відомий російський сленгізм «шариться»), співзвучне *look more* — «дивися більше», «шукай ще»). Такі слова сприймаються як заклик до *нуба* (новачка) «ще пошукати», тобто розібратися самому, а не ставити дурні запитання, відповідати на які досвідченим хакерам лінь.

Для вчителя-словесника тема активного породження і швидкого поширення в молодіжному мовленні сленгізмів, безумовно, є болючою. Усе життя вчитель, як і годиться, присвятив боротьбі за чистоту мовлення.

Проте за позірної однозначності сприйняття проблеми навіть філологами вона трактується по-різному.

Дослівно процитуємо сайт «Єдине освітнє інформаційне вікно України», який, по суті, є відгалуженням офіційного сайту Міністерства освіти і науки. «*Можна стверджувати, що сучасна українська мова за останні роки істотно змінилася. Це і русизми, і англіцизми, і ще ряд запозичених слів. Змінилися і настрої суспільства, і потреба у вживанні окремих слів, і поява нових. «Мова не стоїть на місці. Вона розвивається. Незмінними залишаються цінності. А те, в який спосіб їх передають, не має значення», - каже декан факультету масової комунікації та інформаційних технологій Міжнародного економіко-гуманітарного університету Ольга Мітчук.*

За словами кандидата філологічних наук, новий час потребує змін. «Тому і не дивно, що молодь користується неологізмами, тобто новішою лексикою. У той час люди літнього віку сприймають неоднозначно такі новації, оскільки не встигають за викликами часу», - зазначає доцент» (публікація 19 листопада 2010 року, автор - Леся Куруц).

Погодитись чи не погодитись – справа кожного. Яка ж думка з цього приводу українських старшокласників? З'ясувати це можна в процесі дискусії, що передуватиме роботі одинадцятикласників над статтею. Обговорити проблему та зробити висновки вони мають самостійно, а не під контролем або й тиском учителя. Інша справа, що словесник як

один з учасників дискусії має віднайти щанайвагоміші аргументи для обстоювання своєї позиції. На прикладі свого наставника школярі вчитимуться толерантності й тактовності.

Учитель може поінформувати старшокласників про історію дослідження Інтернет-мемів. Першим сленгові вирази хакерів, які дали початок їхній появі, почав досліджувати 1975 року професор Рафаель Фінкель – його зацікавили популярні тоді скорочення. До 1990 року йому вдалося зібрати чималу колекцію. Найпоширенішими в мережі виявилися такі аббревіатури: TNX (thanx – дякую), HAND (have a nice day!) – доброго дня!; BTW (by the way – до речі), ROFL (rolling on the floor laughing – качаюся по підлозі й регочу), AFK (away from keyboard – відійди). У деяких скороченнях «зашифровано цілі речення: ROTFLASTC (rolling on the floor laughing and scaring the cat) – катаюся зо сміху по підлозі, лякаючи кота; ІТҮWІSWYВMAD (If I tell you what it says, will you buy me a drink?) – Якщо я скажу тобі що це означає, ти пригостиш мене випивкою?

Цікаво, що деякі англійські вирази мають російські смислові мему-відповідники: LOL (laughing out loud – голосно сміюся) - «ржунимагу».

Цікавим є питання, як ставитись до того, що мему, окупувавши легковажні чати та графоманські блоги, поступово захоплюють територію ділового Інтернет-листування. Як це може вплинути на розвиток ділового стилю зокрема і літературної мови взагалі? Це питання також варто обговорити під час дискусії та згадати в статті.

На поширення мемів як зримих виявів молодіжної субкультури активно впливає торгівля, маючи з того вигоду. Останнім часом активно створюються Інтернет-магазини мемів – торгують сорочками, сумками, кухликами із зображенням мемів-картинок у супроводі мемів-написів.

Така собі футболка із зображенням трьох вовків, які дружно виють на місяць, стала хітом продажу саме через активність інтернет-користувачів, які на форумах засипали її кпинами й жартами. Упродовж тижня ця невибаглива одежина набрала максимальні п'ять зірочок, завдяки чому потрапила в десятку найбільш продаваних предметів сезону. За якийсь рік рейтинг майки зріс на 2300%! Якщо раніше продавалось по 2-3 футболки за день, то завдяки вдалому використанню мема їх почали замовляти до 100 штук на годину! А розпочалося все з того, що на одному з форумів 32-річний студент Брайан Говерн «приколовся» щодо того, що "три вовки" приховують зайву повноту власника футболки та приваблюють дівочі погляди... Саме в таку футболку якимось був убраний Барак Обама.

Після обговорення теми інтернет-мемів у процесі дискусії учні матимуть сучасний і цікавий своєю неоднозначністю матеріал для написання статті.

Подаємо поради щодо організації дискусії.

Відповідно до теми дискусії заздалегідь розробляються питання, які за тиждень-два до дискусії слід запропонувати старшокласникам для обмірковування. До теми «Інтернет-меми: засіб збагачення словника чи засмічення мовлення?» можна запропонувати такі питання:

- Чи впливають меми на спілкування в мережі? Яким чином? (Сприяють експресивності вислову, «заражають» співрозмовників певним настроєм, концентрують увагу чи відволікають від змісту і под.).
- Який вплив – позитивний чи негативний – може мати поширення мемів у спілкуванні електронною поштою? Спілкуванні на форумах і в чатах?
- У чому ви вбачаєте причину надшвидкої поширюваності мемів в Інтернеті?
- Чому інтернет-меми активно виходять за межі спілкування в мережі?
- Чи здійснює молодіжний сленг вплив на розвиток національної мови? літературної мови? Як можна запобігти такому впливові? Чи потрібно запобігати?
- Якою мірою чистота й правильність мовлення кожного громадянина відбивається на розвиткові літературної мови? На ставленні до державної мови? і т.ін.

Одержавши питання заздалегідь, одинадцятикласники матимуть час поміркувати над проблемою, обмінятися думками, співставити різні позиції, визначити позицію власну.

Дискусія розпочинається вступним словом керівника. Він обґрунтовує вибір теми, визначає мету й задачі учасників дискусії, пропонує виступити щодо порушеної проблеми або ж звертається до школярів із запитаннями. За потреби він ставить додаткові або навідні запитання, тактовно перепиняє диспутантів, якщо їхні відповіді виходять за межі обговорюваного питання. Інколи коментує почуте, проте не перебиває школярів, не нав'язує їм власних думок. Дійовим прийомом активізації дискусії є створення ситуації утруднення: керівник пропонує приклад з реального життя, що містить певну суперечність, чим спонукає диспутантів висловити різні погляди щодо його оцінки.

Якщо обговорення питання вичерпано, керівник підбиває підсумки та переходить до обговорення питання наступного. Наприкінці дискусії обов'язково робляться загальні висновки.

Якщо суть обговорюваного або висловленого в процесі дискусії для когось з учасників не є зрозумілою, керівник ще раз формулює суть проблеми або висловлених позицій, за потреби підкреслюючи непереконливість окремих позицій або недостатність аргументованості думок. Звертається увага на точність формулювання тез і висновків, правильне використання понять.

Дискусія має проводитись у публіцистичному стилі, найкраще – з елементами ораторського підстилю, що має заохочуватися керівником. Особливу увагу слід звернути на культуру спілкування.

Різні, можливо, навіть протилежні погляди на право поширення й уживання в мовленні мемів старшокласники можуть покласти в основу майбутньої статті. Найбільш детально й аргументовано автор статті має викласти власну позицію.

В основу статті найкраще покласти розповідь про випадок із життя (справжній або домислений автором) та його аналіз. Це може бути розповідь про непорозуміння в родині, спричинені вживанням мемів молодшими і їхнє нерозуміння та категоричне несприйняття старшими (літніми) членами сім'ї, різночитання, що виникли в процесі електронного листування і под..

Статтю можна створити у співавторстві (працюючи в групах або парах), можна індивідуально.

До статті обов'язково слід дібрати яскравий, емоційний заголовок, спроможний привернути увагу читачів. Такий заголовок можна дібрати, застосувавши метод мозкового штурму.

Методику роботи старшокласників над статтею окреслено в одному з чисел газети «Методичні діалоги» (див. О.Глазова. Робота над статтею як щеплення від упередженості// Методичні діалоги. – 2010.- №10. – С. 7-18.)

Прочитайте учням

Чому позначку @ називають собакою?

Походження цієї назви пояснюють по-різному. Хтось вважає, що символ нагадує песика, який згорнувся калачиком, хтось стверджує, що назва англійської літери *a* трохи співзвучна із гавкотом малого собачки...

Комп'ютерна легенда розповідає, що в ті часи, коли комп'ютери були великі, а дисплеї текстові, існувала популярна гра Adventure. Блукаючи лабіринтами в пошуках скарбів, гравець міг посилати в розвідку вірного пса, який позначався саме значком @ (тоді як монстри позначали різними літерами, а лабіринт взагалі було вибудовано» із символів «+» та «-»).

До речі, в інших країнах позначку називають по-різному: в Америці та Фінляндії – кішкою, у Німеччині – мавпою, у Данії – слонячим хоботом, в Китаї – мишеням. В Угорщині та Норвегії – черв'яком.

Словник «Український жаргон» (Леся Ставицька, - К.: Критика, 2005) слово собака (собачка) подає з позначкою *комп.* І тлумачить як знак @. Ту ж назву символа подано в «Словнику комп'ютерного сленгу української мови (Ірина Щур. – К.: «Діал», 2006.), який пропонує ще й назви *мавна, короткозябла* та (не сплутувати з *крякозяблики* - так у словнику названо незрозумілі символи в кодї з програми). Між тим, останнім часом все частіше українці назву «собака» замінюють на «равлик».

Інтернет: з великої чи малої літери?

Слово *Інтернет* (від англ. Internet, дослівно – міжмережа) словники рекомендують писати з великої літери, якщо воно позначає *всесвітню асоціацію комп'ютерних мереж, інтегровану мережну павутину*. У просторіччі мережу часто називають *Інét, Нет*, сленгові назви - *Інтернétрі, Нétрі*. Такі слова теж пишуть з великої літери. З малої літери треба писати складні слова: *інтернет-портал, інтернет-магазин* і под.

Деякі періодичні видання обстоюють думку, що найменування *всесвітньої павутини* стало назвою загальною, мабуть, із цієї причини можна бачити написання слова з малої літери.

Відмінюється слово *Інтернет* за правилами української граматики як іменник чоловічого роду. У родовому т відмінку іменник має закінчення –у.

З газети «Методичні діалоги», 2010, №10.