

МЕМЕТИЧНИЙ ПІДХІД У КОНТЕКСТІ ФОРМУВАННЯ ЕТИКО-МОРАЛЬНОГО ДИСКУРСУ ЗАСОБАМИ НЕВЕРБАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

ТЕТЯНА, ІВАЩЕНКО¹

Анотація

В статті обґрунтовано необхідність нового методологічного повороту в дослідженні засобів невербальної комунікації, зокрема розгляд їх в якості інструменту популяризації та розповсюдження етичних концептів і моральних домінант поведінки в сучасному Інтернет-просторі. Мета статті: обґрунтування меметики як перспективного напрямку розвитку методології невербальної комунікації; виявлення потенціалу меметосів в якості інструменту популяризації та розповсюдження етичних концептів і моральних домінант поведінки в сучасному комунікативному просторі. Розкрито зміст й доведено перспективність меметичного підходу до вивчення невербального комунікативного впливу на зміст суспільного дискурсу. Меми, що репрезентують морально-етичні смисли у сучасному комунікативному просторі, й одночасно виступають інспіраторами морального почуття, запропоновано номінувати «меметосами», а також визначено їх характерні особливості. Обстоюється думка, що меметоси мають значний потенціал для формування етико-морального освітнього дискурсу. **Метою** наукової розвідки є обґрунтування меметики як перспективного напрямку розвитку методології невербальної комунікації; виявлення потенціалу меметосів в якості інструменту популяризації та розповсюдження етичних концептів і моральних домінант поведінки в сучасному комунікативному просторі. Представлені у статті узагальнення дозволили дійти **висновку** про можливість розгляду меметичного підходу як перспективного напрямку комунікаційного постнеопозитивізму, що з-поміж іншого має на меті дослідження питань адаптації, передачі, дифузії етико-філософського знання гуманістичного спрямування такими засобами невербальної комунікації як меметоси. Результати проведеного дослідження дозволяють поглибити теоретичні погляди на можливість застосування означених засобів для наповнення гуманістичним змістом сучасного освітнього простору. Меметичний підхід, окрім безпосереднього приросту етико-філософського знання, створює також можливості практичного конструювання та управління суспільно-етичним дискурсом, що відкриває нові обрії для подальших досліджень в цьому напрямі.

Ключові слова: невербальна комунікація, Інтернет-мем, меметичний підхід, меметос, етико-моральний дискурс, освітньо-виховний потенціал меметосів.

Постановка проблеми

Проблематика розвитку комунікацій по праву вважається однією із центральних для гуманітарних досліджень ХХ ст., зокрема його другої половини. Комунікація опиняється у центрі уваги таких дослідників як Ю. Габермас («комунікативна раціональність»), М. Маклюен (мас-медіа як інструмент комунікацій), Н. Луман (комунікативна теорія влади), І. Гофман (символічний інтеракціонізм). У лінгвістиці переглядається уявлення про мову й відбувається поворот від «лінгвістики тексту» до лінгвістики мовлення, виникає низка нових напрямів дослідження, як-от теорія мовленнєвих актів і аналіз дискурсу, формується нова онтологія предмета і методу лінгвістичних досліджень. З'являються дотичні до проблеми комунікацій дослідження у галузі психології і конфлік-

тології. Зрештою, на цьому міждисциплінарному «фундаменті» оформлюється нова методологічна програма у філософії науки – конструктивізм. А на хвилі загального інтересу до вивчення феномену комунікації на початку 50-х років ХХ ст. набирає обертів і процес вивчення невербальної комунікації, що стимулювався відкриттями інформаційних функцій тіла в психіатрії, психоаналізі та антропології. При цьому від початку перевагу отримали класифікаційно-описові підходи, орієнтовані на найбільш повні кодифікаційні описи «тілесних знаків» створення вербального словника невербальної мови, розбудови формальної семантики невербальної поведінки.

Між тим, лінгвістичний підхід до «невербальної мови», запозичений, у тому числі, і більшістю психологів, досить швидко призвів до виявлення низки фундаментальних суперечностей, здолати які в рамках усталених у лінгвістиці підходів не вдавалося. Найбільше колізій було пов'язано із сегментацією, тобто виділенням значущих одиниць у недискретному потоці тілесної поведінки,

Corresponding author:

¹ Харківський національний педагогічний університет імені Г. С. Сковороди (Харків, Україна)
E-mail: tetiana.ivashenko08@gmail.com
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-5759-483X>

а також із розробкою механізмів означення. Із цих двох проблем цілком закономірно оформилася третя: яким чином досягти порозуміння між учасниками невербальної комунікативної взаємодії, якщо повідомлення не підлягає фрагментації на означені (декодовані) одиниці, не має стійкої семантичної та синтаксичної структури і завжди має унікальний характер?

Аналогічні питання стали предметом гострих дискусій у колі теоретиків мовленнєвих актів у 1970–1980 роках минулого століття. Так, актуалізується питання щодо критеріїв сегментації комунікативного потоку (Дж. Франк); у герменевтиці «визріває» проблема контексту; невизначеним у семантичних теоріях залишається і питання: як комунікатор-отримувач здійснює декодування повідомлень (Ч. Філмор, І. Гофман, Т. ван Дейк). Сповнена суперечностями і царина невербальної комунікації, з огляду на несформованість методологічних платформ для відповідних досліджень. Пояснюється це скоріше за все тим, що переважна більшість дослідників, які зростали на структуралістській методологічній платформі, вбачали і продовжують вбачати своє основне завдання у тому, аби включити невербальний матеріал до загального корпусу предметних галузей, доступних дослідженню засобами сучасних лінгвістичних дослідницьких моделей.

Таким чином, поза увагою залишається своєрідність невербального матеріалу і апріорно допускається його вторинність по відношенню до традиційного лінгвістичного матеріалу. Небажання дослідників визнавати якісну значущість невербального аспекту комунікативної взаємодії нарівні із вербальним і відповідна субординація першого відносно другого породжують по суті методологічну кризу у комунікативістиці. Невипадково найбільш вагомими у галузі дослідження людської комунікації і дотепер є наукові розвідки з філософії та теоретичної соціології (герменевтика, символічний інтеракціонізм, конструктивізм), тоді як у галузі прикладних досліджень ситуація істотно гірша. Переважна більшість із них тяжіє або до моносуб'єктних моделей, у яких комунікація описується як процес трансляції повідомлень у зовнішнє середовище та прийому звідтіля повідомлень, або моделям, що ігнорують учасників комунікації та зосереджують увагу лише на рухові інформації. В обох випадках нівелюється сама подія комунікації, яка передбачає спілкування двох або більше людей, і воно суттєво відрізняється від комунікації меха-

нізмів, що послідовно обмінюються інформацією заданими каналами, бо спонтанно поєднує в собі різні засоби обміну інформацією і має нелінійний та недискретний характер.

Означена методологічна ситуація у галузі дослідження людської комунікації спричиняє наступну дилему: або реперною точкою аналізу є суб'єкт, і тоді образ іншого суб'єкта, який повинен якимось чином декодувати повідомлення, видається досить примарним; або у фокусі опиняється сам процес взаємодії суб'єктів, а її активні агенти відтісняються на другий план. Інакше кажучи, або є суб'єкт, або є взаємодія суб'єктів, тобто виникає «ефект паралельних ліній», що ніколи не перетинаються. Така дилема унеможливує розгляд комунікації з позиції гармонізації невербальних мовленнєвих кодів і власне вербального мовлення. Таким чином, потрібен новий методологічний підхід до дослідження невербального аспекту комунікативної взаємодії, і такий підхід має оформитись саме на ґрунті філософського знання.

Серед таких нових перспективних підходів до вивчення невербального комунікативного впливу на зміст суспільного дискурсу слід відзначити *меметичний підхід*, яким обґрунтовується наявність специфічних одиниць інформації (реплікованих концептів або мемів), здатних до швидкого поширення і самокопіювання. Ми припускаємо, що вони мають достатній потенціал, аби стати самостійною версією інноваційного способу популяризації та розповсюдження етичних концептів і моральних домінант поведінки в сучасному комунікативному просторі, які, у свою чергу, сприятимуть залученню широкого кола адресатів до морально-етичної сфери комунікації, у тому числі й до ініціювання моральної рефлексії.

Тривалий час невербальна комунікація розглядалася переважно в рамках лінгвістики і психолінгвістики, а також психології поведінки і соціальної психології. Бурхливий розвиток інформаційно-комунікативних технологій вплинув на зміну вектору досліджень невербаліки: у 2000-х рр. її засоби вже стали предметом розгляду науковців як інструмент комунікації та трансляції певних смислів в Інтернет-просторі. Зокрема у комунікативному просторі набула поширення така нова специфічна одиниця інформації, як Інтернет-мем, що репрезентувала себе і в мові (шрифт), і в мовленні (акт Інтернет-спілкування у соціальній групі), і у візуальній формі (зображення),

при цьому остання є визначальною, на що вказує один із сучасних дослідників означеної проблематики К. Сін (Xing, 2016). На Інтернет-меми як новітні форми візуальної риторики у 2013 році звертають увагу у своїх працях дослідник із “Hebrew University of Jerusalem” Л. Шифман (Shifman, 2013) та представниця “Colorado State University” Х. Гунтінгтон (Huntington, 2013). Остання активно продовжує наукові розвідки у даному напрямі й дотепер (Huntington Heidi, 2020).

Слід відзначити, що низка сучасних дослідників акцентує увагу переважно на розважальній функції мемів, тим самим обмежуючи їх потенціал в якості інструменту особистісного й суспільного розвитку (Coulson, 2015; Laineste and Voolaid, 2016), дехто досліджує екзистенціальну складову мемів в контексті їх орієнтації на сприйняття предмету повідомлення з позиції сюрреалістичного гумору (Parashar. & Chaudhary, 2018). Найбільш поширеним все ж таки є розгляд мемів з точки зору їх багатофункціональності: як засобів обміну інформацією, емоційного збурення, впливу на свідомість з метою формування певних ціннісних і світоглядних орієнтирів (Kowalczyk-Purol, 2018; Smith, & Hemsley, 2022; Wibowo, T. and Elvin E., 2020; Zhao, G, 2017). На стратегічну необхідність декодувати зміст онлайн-мемів у контексті сучасної теорії інформаційних війн вказує Дж. Роуетт (Rowett, 2018).

Ще один з актуальних на сьогодні підходів до сутності і змістовного наповнення мемів концентрується на думці, що вони є когнітивною інформаційною структурою, яка може копіюватися, використовуючи людину та впливати на її поведінку саме для того для того, щоб сприяти своєму подальшому копіюванню (Bjarneskans, Gronnevik, Sandberg, 2013).

У вітчизняному науковому дискурсі означена проблематика досліджена недостатньо. Ми спиралися на праці А. Рязанова «Мем як комунікативна одиниця: синхронія та діахронія поняття» (Рязанов, 2018), В. Неклесової «Меми як частина онімного простору» (Неклесова, 2017) та І. Окула «Мем як культурний феномен» (Окул, 2018).

Мета статті: обґрунтування меметики як перспективного напряму розвитку методології невербальної комунікації; виявлення потенціалу меметосів в якості інструменту популяризації та розповсюдження етичних концептів і моральних доміант поведінки в сучасному комунікативному просторі.

Виклад основного матеріалу

1. Сучасний комунікативний простір: тенденції і перспективи розвитку

Сучасний суспільний дискурс демонструє посилення антинормативних тенденцій, що є закономірним наслідком утвердження світоглядних орієнтирів постмодернізму. Соціокультурна реальність наших днів характеризується «банкрутством» ще донедавна мобілізуючих ідеалів гуманізму, тотальною критикою імперативної форми моралі, зниженням ціннісного статусу морального наслідування. Водночас сучасна людина має можливість вільно пересуватися у просторі множинних атрибутів моральної ідентифікації, вона живе у просторі різноманіття та варіативності й упевнена у тому, що здатна індивідуально і творчо здійснювати самостійний вибір стратегії поведінки в рамках власної раціональності. Проте очевидно, що у такому просторі морально-морального плюралізму пересічний індивід, із посереднім рівнем когнітивних спроможностей щодо створення власної стійкої системи цінностей, дедалі більше впадає у стан розгубленості, екзистенційної фрустрації. Ідея про те, що сучасна людина творить своє буття, що це власне і є її екзистенційною прерогативою, що вона – деміург, творець самої себе, безперечно, є привабливою. Але її реалізація потребує від людини обґрунтованого усвідомлення себе в якості деміурга, а також сформованого власного духовно-ціннісного базису для гідної самоактуалізації.

Тож згаданий вище простір альтернатив морального самовизначення несе у собі як позитивний, так і негативний потенціал. І проблема полягає у тому, що за відсутності артикульованих у публічному дискурсі стрижневих, ціннісно вивірених етичних орієнтирів, негативний потенціал переважає. На жаль, нинішня реальність демонструє це більш ніж переконливо. Світ перебуває у протиріччях та конфліктах: збройні протистояння на міждержавному рівні, екологічні загрози, національний та релігійний фундаменталізм, ксенофобія, тероризм, збільшення чисельності населення, що перебувають за межею бідності, корупція, товарно-грошовий фетишизм тощо. Постмодерністський релятивізм в епоху таких викликів стає стратегічно неадекватним. Водночас беззаперечною ознакою є підтримка культурного різноманіття, включаючи свободу совісті і свободу слова.

Здолання метафізики, а разом із нею і репресивного характеру традиційної моралі, не відміняє перманентності морально-ціннісного запиту,

не усуває дефіциту екзистенційних уявлень. Люди потребують ціннісних орієнтирів, прагнуть онтологічної стійкості, задоволення свого ціннісного пориву шляхом утвердження власних ідеалів і смислів, проте сучасна культура не схильна давати відповіді на глибокі екзистенційні питання, або ці відповіді є поверховими і непереконливими. За відсутності авторитетних аксіологічних підстав, на які може спиратися у своїй поведінці індивід, вступає в силу принцип «природа не терпить порожнечі». Цю порожнечу охоче заповнюють заангажовані ЗМІ, різноманітні «шедеври» масової культури тощо.

В умовах моральної аномії духовним порятунком найчастіше стають архаїчні, примітивні ідеї. Почуття беззахисності і розгубленості, що переживає сучасне суспільство, породжує в масах патерналістські настрої, сприяє відродженню і розповсюдженню тоталітарних ідеологій, які власне і пропонують людині прості й зрозумілі ціннісні ідіоми й не вимагають від неї напружених душевних та інтелектуальних зусиль у пошуку морального самовизначення.

А враховуючи очевидну недорозвиненість міжгрупових комунікацій на національному і міждержавному рівнях, відсутність належних умов для реальних публічних дискусій про норми соціальної взаємодії, права, закони; брак авторитетних джерел інформації відносно соціально-політичних трансформацій у світі, значна кількість людей не в змозі сформулювати свою особисту думку щодо тих чи інших явищ і подій й засвоїти певні консенсуальні цінності. І причина цього феномену, як правило, полягає саме у недолугості індивідуального базису етико-гуманістичної грамотності. Тому без системної просвітницької роботи на державному рівні, без оновлення у відповідності із викликами часу підходів до навчання у закладах освіти, без налагодження системи очищення комунікативних зв'язків від інформаційного «сміття», будь-які спроби залучення населення до норм культури спілкування та цивілізаційної поведінки залишаться, в кращому випадку, добрими намірами. У контексті невпинного зростання в останні кілька років конфліктогенності у міжнародних відносинах, досить наївною виглядає надія на стихійний прояв людської гуманності та моральності у питаннях здолання сучасних соціоморальних проблем як у мікро-, так і в макромасштабі.

Очевидно, що суспільство, в якому деморалізована маса виступає своєрідним нормативом

соціальності, не може бути здоровим. Тому надзвичайно важливо, аби інтелектуальні і політичні еліти усвідомили всю гостроту необхідності трансформації сучасного медійного дискурсу, не очікуючи мимовільного наповнення інформаційного простору етико-гуманістичним змістом. Тож необхідність не хаотичного, а організованого і цілеспрямованого відтворення етичного дискурсу у публічному просторі, який би однозначно виступав засобом соціалізації, освіти, виховання та культурної емансипації в цілому, не викликає сумніву.

Подібне відтворення можливе у тому числі й завдяки розвитку меметики, як самостійної дослідницької галузі, й використанню мемів як специфічних одиниць інформації, в якості методологічного інструментарію наповнення інформаційного простору етико-гуманістичним змістом.

2. Мем як комунікативна одиниця: від культурного реплікатора до цифрового артефакту

Фундатором меметики прийнято вважати біолога Річарда Доукінза, який у 1976 р. презентував концепцію мема у своїй праці «Егоїстичний Ген» (Dawkins, 1976). На його думку, рання форма природного відбору полягала у відборі стабільних форм і відкиданні нестабільних. Стабільність трактується як можливість зберігатися протягом тривалого часу або швидко копіювати себе (відтворювати), або дуже точно копіювати. Але Р. Доукінз не обмежився цим припущенням. Він висунув ідею, що ген – лише окремих випадок молекули особливого роду, здатної до самокопіювання. Вона отримала назву реплікатора Еволюція рухається реплікаторами двох типів (принаймні, якщо йдеться про людину): біологічним та культурним. Саме для позначення реплікатора другого типу Р. Доукінз використав вигаданий ним термін «мем».

Меми – це свого роду аналоги біологічного генотипу, які мутують і успадковуються, подібно до генів, і поширюються, подібно до вірусів. Вони характеризуються двома ключовими ознаками – відтворюваність та висока швидкість циркуляції в інформаційному просторі. Приклади мемів, наведені Доукінзом та іншими авторами, – музичні мотиви, слогани, етнічні стереотипи, філософські концепти. У контексті цифрової культури це поняття набуло значення культурного цифрового артефакту, в якому закодовано ущільнену інформацію, що швидко розповсюджується і набуває популярності.

Згодом у працях про релігію Р. Доукінз не раз повертатиметься до ідеї про меми, розвиваючи думку про концепт реплікаторів як продукт

антропосоціогенезу та мем-генетичної еволюції («Бог як ілюзія», «Розширений фенотип: подальший вплив гену»). Предметну область нової науки окреслили й його послідовники – Д. Деннет, Р. Онгер і З. Блекмор.

Так, Д. Деннет у середині 1990-х років висунув ще одне трактування мемів: виходячи з того, що культурні ідеї можуть діяти і всупереч інтересам індивіда, у чийй свідомості вони оселяються, він охарактеризував їх як таких, що паразитують на людині, і запропонував іменувати їх «культурними вірусами» (Dennett, 2001). Українська дослідниця В. Неклесова навпаки акцентує увагу на позитивному аспекті поширення мемів, називаючи їх інструментами соціальної ідентичності, що дозволяють нам передавати складні ідеї у межах короткої фрази, мелодії або образу (Неклесова, 2017).

У сучасному Інтернет-просторі виділяють такі типи мемів, як текстовий мем, мем-зображення, медіамем, креолізований мем (включає вербальну (напис/підпис) та іконічну (рисунок, фотографія, таблиця) складові). Переважно вони відображають визначальні тенденції розвитку молодіжної субкультури з її міфами, специфічним гумором, рекламно-кліповою експресією, розважально-рекреативним характером.

Цінність мема полягає в його здатності викликати емоції: це може бути сміх, сарказм, зневага, епатаж. Вони стосуються явищ сучасної дійсності, які є актуальними та цікавими для більшості Інтернет-користувачів. Різноманітними є і джерела виникнення мемів: «гаряча новина» у ЗМІ, події суспільного життя, художні тексти, інтерв'ю, фільми, персонажі аніме, серіалів, комп'ютерні ігри тощо. На думку З. Блекмора «Меми – це новий вид інформації... Меми копіюються новою машиною – людським мозком, а не хімічними речовинами всередині клітин. Це новий еволюційний процес...» (Blackmore, 2009, с. 36).

У зв'язку з означеним еволюційним процесом закономірною є зміна форм подання інформації: відбувається перехід від лінійного тексту до багатовимірного гіпертексту, що практикує візуальність, семантичний лаконізм, іконографіку. Наразі значна частка комунікацій, у тому числі це стосується і наукового співтовариства, відбувається у віртуальному просторі, організованому у форматі ущільненого гіпертексту, який все більше віддаляється від вербальних засобів спілкування. Така ситуація й актуалізує лінгвістичний поворот сучасного науково-філософського зна-

ння до меметики, що прагне максимально використати можливості гіпертексту як семантичного колажу, де складовими елементами можуть виступати медійні образи, зображення, фрази, і де ексцентричним чином може поєднуватися висока та низька культура, класика та кітч. Подібна інтертекстуальна «різома» стає символічним шифром для декодування складних морально-етичних концептів.

3. Меметика як методологічний інструмент формування морально-етичного дискурсу у сучасному комунікативному просторі

Значну частку наявних у віртуальному просторі медіапродуктів можна віднести до різновиду меметосів. Усі вони тією чи іншою мірою використовують протокол морально-гуманістичного змісту.

Меметика – це концептуальна основа формування публічної мови морально-філософського дискурсу. Очевидно, що така мова має бути доступною і переконливою для багатьох, відрізнятися виразністю, образністю, ясністю та лаконічністю, інкорпорує в собі і раціональний, і емоційний аспекти. Останній видається достатньо перспективним з огляду на те, що емоційний компонент свідомості більш сприйнятливий, ніж когнітивний. Як свідчать останні дослідження в галузі нейробіології, саме емоційний маркер ініціює та ідентифікує альтернативи вибору переконань та рішень, а також вивіряє результати раціонального процесу їхнього прийняття. Тому першочерговою здатністю Інтернет-мемів має бути емоційний вплив на індивіда, забезпечений використанням всього різноманіття виразних засобів, що «запускають» процес етичної рефлексії, залучення до співтворчості моральних смислів. Емоційна реакція важлива також для запам'ятовування мему, його подальшого глибокого осмислення, поширення та тиражування.

Отже, Інтернет – найбільш сприятливе середовище розповсюдження мемів. На жаль, його користувачі опиняються під впливом різних мемів, які мають антигуманний, негативний характер (популяризують ксенофобію, релігійно-фундаменталістський фанатизм, расизм, ідеї імперської величі, шовінізм тощо). Безумовно, це є небезпечним. Слід визнати, що горезвісний принцип нейтральності в етиці і дистанціювання науково-філософської еліти (як правило, замкнutoї у вузькопрофесійних колах) продовжують сприяти моральній дезорієнтації в суспільстві, і як наслідок – моральна сліпота у суспільстві та його

беззахисність перед різноманітними маніпулятивними технологіями. Культивування синдрому відключеної моральної свідомості призводить до розквіту цинічного прагматизму як панівного світогляду, сюди ж слід додати і посилення культурної варваризації.

У зв'язку з цим актуалізується моральна філософія, нарративи якої повинні розкриватися в Інтернет-просторі, зокрема в його освітньому вимірі, у тому числі такими засобами невербальної мови, як меми. Це означає, що застосування меметичного підходу до поширення морально-значущої інформації є перспективним, адже Інтернет-меми на сьогодні, образно кажучи, є «продуктом широкого споживання».

Звідси потреба у специфікації Інтернет-мему, яка б дозволила виділити його з масиву інших. Тобто необхідно присвоїти мемам, що покликані презентувати морально-етичні смисли у сучасному комунікативному просторі й одночасно виступати інспіраторами морального почуття, окремий статус «меметосів». У цьому контексті меметос віртуального простору може бути представлений як свого роду етичний коан (ethics koan), який використовує можливості медійних технологій. Як відомо, завдання коана взагалі – «струс» свідомості суб'єкта з метою досягнення просвітління. Меметоси, що аналогічно включають елемент парадоксальності, також можуть бути несподівано глибокими, змістовними, нести у собі освітньо-виховний потенціал.

Висновки

Формування комунікативного простору нового типу (мережевого, інформаційного, цифрового) вимагає суттєвого перегляду змісту й потенціалу засобів комунікації, зокрема невербальних. У зв'язку з вищевикладеним автор пропонує застосувати концепцію меметичного підходу до поширення морально-значущої інформації такими засобами невербальної комунікації, як Інтернет-меми, які доцільно відокремити з масиву інших, надавши їм окремого статусу – «меметоси».

Меметика – теоретико-методологічна платформа філософії моралі, що здійснює для масової аудиторії мовну адаптацію та популяризацію етико-морального знання за допомогою Інтернет-мемів специфічного наповнення – меметосів.

Отже, меметичний підхід до дослідження комунікативних засобів, зокрема невербальних, являє собою дієвий інструмент популяризації, поширення етичних концептів, гуманістичних принципів, моральних домінант поведінки у сучасному Інтернет-просторі. Це своєрідна інтегративна методологія, що передбачає поєднання різноманітних новітніх комунікативних прийомів та технологій, покликаних оволодіти увагою широкої аудиторії й залучити адресата до морально-етичної сфери комунікації, до моральної рефлексії. Меметичний підхід може виступати як новий напрямок комунікаційного постнеопозитивізму. Його основна мета – дослідження не структури (подібно до неопозитивістів) наукового знання (мови та понять) і не історії розвитку науки (постпозитивізм), а питань адаптації, передачі, дифузії науково-філософського, етичного знання.

Розвиток та розповсюдження цього підходу з метою етико-аксіологічного впливу на зміст суспільного дискурсу сприятиме зростанню рівня моральної компетентності мас, підвищенню ціннісного статусу морального обов'язку та інших етичних констант у повсякденній свідомості, що є найважливішим практичним завданням для людства на сьогодні, з огляду на зростання кількості військових конфліктів у світі та їх все більш небезпечний характер.

Меметика може стати «глобальною розмовою» або формою глобальної комунікації, що залучає її учасників до дискурсивної взаємодії задля формування універсального морального, гуманістично орієнтованого, континууму. Пошук шляхів реалізації означеної концептуальної стратегії виходить за рамки цієї наукової розвідки і потребує подальших досліджень у цій галузі.

Список літературних джерел

- Vjarneskans H., Gronnevik B. and Sandberg A. The Lifecycle of Memes Accessed January 2, 2013. P. 27–46. Retrieved from: <http://www.aleph.se/Trans/Cultural/Memetics/memecycle.html>
- Blackmore S. The third replicator is among us. *New Scientist – NEW SCI.* 203. 2009. P. 36–39. DOI: [https://10.1016/S0262-4079\(09\)62030-3](https://10.1016/S0262-4079(09)62030-3)
- Coulson S. 'No one will ever wonder why, they said: Conceptual blending and humorous memes cross the road, they said'. *Paper presented at the International Society of Humour Studies Conference. Oakland, CA, USA, 29 June – 3 July, 2015.*
- Dennett D. The Evolution of Culture. *The Monist.* № 84 (3). P. 1–26. 2001. DOI: <https://10.5840/monist200184316>
- Dawkins R. *The Selfish Gene*: Oxford University Press. New York, 1976.

- Huntington Heidi E. Huntington, H. E. Subversive Memes: Internet Memes as a Form of Visual Rhetoric. *AoIR Selected Papers of Internet Research*, 3. 2013. Retrieved from <https://spir.aoir.org/ojs/index.php/spir/article/view/8886>
- Huntington Heidi E. Partisan cues and internet memes: Early evidence for motivated skepticism in audience message processing of spreadable political media *Atlantic Journal of Communication*. 2020. Volume 28. Issue 3. P. 194–208.
- Kowalczyk-Purol, Kinga. The Theoretical Difficulties of Memetics. *Diametros*. 2018. P. 65–86. DOI: <https://10.13153/diam.1285>
- Laineste L., & Voolaid P. 'Laughing across borders: Intertextuality of internet memes'. *The European Journal of Humour Research*, Vol. 4 No. 4. 2016. P. 26–49. Retrieved from: <https://doi.org/10.7592/EJHR2016.4.4.laineste>
- Luhmann N. Die Gesellschaft der Gesellschaft. Frankfurt : Suhrkamp, 1997. S. 105–109.
- Неклесова В. Ю. Меми як частина онімного простору. *Записки з ономастики*. 2017. Випуск 20. С. 210–222. DOI: <https://doi.org/10.18524/2410-3373.2017.20.133817>
- Окул І. І. Інтернет-мем як культурний феномен. *Життя і пам'ять: науковий збірник, присвячений пам'яті В'ячеслава Івановича Шамко* / відп. ред. В. М. Букач. Вип. 3. Одеса : Homeless Publishing, 2018. С. 133–148.
- Parashar P. & Chaudhary A. Exploring the links between Existentialism and the Internet Meme. *The Learning Curve*. 2018. Vol. VII. P. 27–30. Retrieved from: https://www.researchgate.net/publication/338984300_Existentialism_and_the_Internet_Meme
- Rowett, G. The strategic need to understand online memes and modern information warfare theory. 2018. P. 4437–4442. DOI: <https://doi.org/10.1109/BigData.2018.8622051>
- Рязанов А. С. Мем як комунікативна одиниця: синхронія та діяхронія поняття. *Вісник Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна. Серія «Соціальні комунікації»*. Вип. 14. 2018. С. 9–13.
- Shifman, L. Memes in a digital world: Reconciling with a conceptual troublemaker. *Journal of computer mediated communication*. 2013. 18 (3). P. 362–377. DOI: <https://doi.org/10.1111/jcc4.12013>
- Smith, A. & Hemsley, J.(2022). Memetics as informational difference: offering an information-centric conception of memes. 78. 1149–1163. DOI: <https://10.1108/JD-07-2021-0140>
- Xing, C. A. Memetic Analysis of Public Sign Translation. *A Report from Linyi*. 2016. DOI: <https://10.2991/emcs-16.2016.316>
- Wibowo, T. & Elvin E. Usage of Meme as Information Sharing Media. *Jurnal Ilmiah Betrik*. 2020. Vol. 11. № 3. P. 165–171. DOI: <https://doi.org/10.36050/betrik.v11i3.253>
- Zhao, G. Study on Affixed New Words in Chinese Based on Memetics. 2017. DOI: <https://doi.org/10.2991/iss-17.2017.36>.

REFERENCES

- Bjarneskans, H., Gronnevik, B. and Sandberg, A. (2013). The Lifecycle of Memes Accessed January 2. P. 27–46. Retrieved from: <http://www.aleph.se/Trans/Cultural/Memetics/memecycle.html>
- Blackmore, S. (2009). The third replicator is among us. *New Scientist – NEW SCI*. 203. P. 36–39. DOI: [https://10.1016/S0262-4079\(09\)62030-3](https://10.1016/S0262-4079(09)62030-3)
- Coulson, S. (2015). 'No one will ever wonder why, they said: Conceptual blending and humorous memes cross the road, they said'. *Paper presented at the International Society of Humour Studies Conference*. Oakland, CA, USA, 29 June – 3 July.
- Dennett, D. (2001). The Evolution of Culture. *The Monist*. № 84 (3). P. 1–26. DOI: <https://10.5840/monist200184316>
- Dawkins, R. (1976). *The Selfish Gene*: Oxford University Press. New York.
- Huntington, Heidi E. (2013). Huntington, H. E. Subversive Memes: Internet Memes as a Form of Visual Rhetoric. *AoIR Selected Papers of Internet Research*, 3. Retrieved from <https://spir.aoir.org/ojs/index.php/spir/article/view/8886>
- Huntington, Heidi, E. (2020). Partisan cues and internet memes: Early evidence for motivated skepticism in audience message processing of spreadable political media *Atlantic Journal of Communication*. Volume 28, Issue 3. P. 194–208.
- Kowalczyk-Purol, Kinga. (2018). The Theoretical Difficulties of Memetics. *Diametros*. 65–86. DOI: <https://10.13153/diam.1285>
- Laineste, L. & Voolaid, p. (2017). Laughing across borders: Intertextuality of internet memes. *The European Journal of Humour Research*. № 4 (4). P. 26–49. Retrieved from: <https://doi.org/10.7592/EJHR2016.4.4.laineste>
- Luhmann, N. (1997). *Die Gesellschaft der Gesellschaft*. Frankfurt : Suhrkamp, S. 105–109.
- Neklesova V. Yu. (2017). Memes as a part of anonymous space. *Notes on onomastics*. Issue 20. P. 210–222. DOI: <https://doi.org/10.18524/2410-3373.2017.20.133817>
- Okul I. I. (2018). The Internet meme is a cultural phenomenon. *Life and memory: scientific collection, dedicated to the memory of Vyacheslav Ivanovich Shamko* / ed. ed. V. M. Bukach. VIP. 3. Odessa : Homeless Publishing, 2018. P. 133–148.
- Parashar, P & Chaudhary, A. (2018). Exploring the links between Existentialism and the Internet Meme. *The Learning Curve*. Vol. VII. P. 27–30. Retrieved from: https://www.researchgate.net/publication/338984300_Existentialism_and_the_Internet_Meme

- Rowett, G. (2018). The strategic need to understand online memes and modern information warfare theory. P. 4437–4442. DOI: <https://doi.org/10.1109/BigData.2018.8622051>
- Riazanov A. S. (2018). Meme as a communicative unit: synchrony and diachrony of the concept. *Bulletin of Kharkiv National University named after V. N. Karazin. "Social Communications" series*. Issue 14. P. 9–13.
- Shifman, L. (2013) 'Memes in a digital world: Reconciling with a conceptual troublemaker', *Journal of computer mediated communication*. № 18 (3). P. 362–377. DOI: <https://doi.org/10.1111/jcc4.12013>
- Smith, A. & Hemsley, J.(2022). Memetics as informational difference: offering an information-centric conception of memes. № 78. P. 1149–1163. DOI: <https://10.1108/JD-07-2021-0140>
- Wibowo, T., & Elvin E. (2020). "Usage of Meme as Information Sharing Media". *Jurnal Ilmiah Betrik*. Vol. 11. № 3. P. 165–171. DOI: <https://doi.org/10.36050/betrik.v11i3.253>
- Xing, C. (2016). A Memetic Analysis of Public Sign Translation. *A Report from Linyi*. DOI: <https://10.2991/emcs-16.2016.316>
- Zhao, G. (2017). Study on Affixed New Words in Chinese Based on Memetics. DOI: <https://doi.org/10.2991/iss-17.2017.36>.

TETIANA, IVASHCHENKO – postgraduate student
of the Department of Philosophy, G. S. Scovoroda Kharkiv National Pedagogical University
(Kharkiv, Ukraine)
E-mail: tetiana.ivashenko08@gmail.com
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-5759-483X>

THE MEMETICAL APPROACH IN THE CONTEXT OF ETHICAL AND MORAL DISCOURSE FORMATION BY NON-VERBAL COMMUNICATION MEANS

Annotation

The article substantiates the need for a new methodological turn in the study of non-verbal communication means, in particular, considering them as a tool for popularization and dissemination of ethical concepts and moral dominants of behavior in the modern Internet space. The purpose of the article: substantiation of memetics as a perspective direction of development of the methodology of non-verbal communication; identifying the potential of memetos as a tool for popularizing and spreading ethical concepts and moral dominants of behavior in the modern communicative space. Memetic approach to the study of non-verbal communicative influence on the content of social discourse content is revealed and the perspectives are proven. Memes that represent moral and ethical meanings in the modern communication space, and at the same time act as inspirers of moral feeling, are proposed to be called "memetoses", and their characteristic features are also determined. The opinion that memetoses have a significant potential for the formation of ethical and moral education discourse is justified. **The purpose** of scientific research is the substantiation of memetics as a perspective direction for the non-verbal communication methodology; the identification of memetoses' potential as a tool for the popularization and dissemination of ethical concepts and moral dominants of behavior in the modern communicative space. The generalizations presented in the article allowed the author to conclude about the possibility of considering the memetic approach as a promising direction of communication post-neopositivism, which, among other things, aims to study the issues of adaptation, transmission, diffusion of ethical and philosophical knowledge of a humanistic direction by such means of non-verbal communication as memetoses. The results of the conducted research allow deepening the theoretical views on the possibility of using the specified means to fill the modern education space with humanistic content. The memetic approach, in addition to the direct increase in ethical and philosophical knowledge, also creates opportunities for practical construction and management of social and ethical discourse, which opens up new horizons for further research in this direction.

Key words: non-verbal communication, Internet-meme, memetic approach, memetoses, ethical and moral discourse, educational potential of memetoses.

© The Author(s) 2023
This is an open access article under
the Creative Commons CC BY license

Received date 15.10.2023
Accepted date 25.10.2023
Published date 15.11.2023

How to cite: Тетяна Івашченко. Меметичний підхід у контексті формування етико-морального дискурсу засобами невербальної комунікації. *Humanities studies: Collection of Scientific Papers / Ed. V. Voronkova. Zaporizhzhia : Publishing house "Helvetica", 2023. 17 (94). P. 14–21.*
doi: <https://doi.org/10.32782/hst-2023-17-94-02>