Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің ХАБАРШЫСЫ.
ISSN (Print) 2616-7174. ISSN (Online) 2663-2500

ЖАҢА МЕДИА / НОВЫЕ МЕДИА / NEW MEDIA

ХҒТАР 19.21.07; 19.31
Ғылыми мақала

https://doi.org/10.32523/2616-7174-2026-156-3-114-126

Меметиканың символдық мәні және цифрлы коммуникациядағы рөлі

О.І. Тұржан[1] , А. Әбілхан*[2], Д. Бекжанова[3]

[1,2,3] Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Астана, Қазақстан

(E-mail: [1]onaigul_t@mail.ru,[2]aisamal.abilkhan@gmail.com, [3]dana4194@mail.ru)

Аңдатпа. Медиа ортаны жедел цифрландыру жағдайында журналистикаАңдатпа. Мақалада меметика саласының бүгінгі таңдағы негізгі проблемалары, оның ішінде символдық мәні мен цифрлы коммуникациядағы маңызы қарастырылды. Зерттеудің мақсаты: интернет мемдерді ақпарат таратудың және коммуникация орнатудың тиімді тәсілі ретіндегі қолданыстарын талдау арқылы оның жаңа жанр түріндегі сипатын саралауға бағытталады. Қоғамдық пікір қалыптастырудағы жеделділік функциясының ықпалы талданады. Мемдердің цифрлық модель түріндегі бірліктерінің таралу, қайталану, өзгеру және қабылдану заңдылықтарын бұрынғы зерттеулерге сүйене отырып айқындау да маңызды. Қай салада және неліктен мемдердің қолайлы болатындығына жасаған талдауымыз практикалық қолданыста тиімді болады деп ойлаймыз. Мемдердің символға айналу үдерісінің мәнін ашып, оның имиджідік технология ретіндегі тиімділігі де нақты мысалдармен, теориялық тұжырымдармен көрсетілді. Зерттеуде мемдердің коммуникациялық қызметіне эмпирикалық талдаулар жасалды. Қоғаммен байланыс саласы мамандары үшін мемдерді визуалды жанр ретінде қолданудың тиімділігін талдап көрсету де – зерттеуіміздің өзекті қыры. Меметика ғылымының зерттеуді қажет ететін қырларын ашу арқылы болашақ зерттеушілерге ұсынған бағыт-бағдарларымыз да осы саланы зерттеуге өзіндік үлес қосады деп ойлаймыз.

Түйін сөздер: ым, меметика, символдар, цифрлы коммуникация, виртуальды жанр.

Кіріспе

Адамзаттың тіршілігі үшін ең маңызды мәселе – бұл коммуникация. Коммуникацияның ең алғашқы ныспысы – ымдап сөйлесуі – ежелгі ғұрып. Оның әр халықтың өзінің өмір сүру ұстанымына байланысты әр түрлі дене тілімен жеткізілетін формасы да көп.

Түсті: 28.07.2026; Мақұлданды: 15.09.2026; Онлайн қолжетімді: 30. 09. 2026

***хат-хабар авторы**

Ол сол халықтың өзіне бірден түсінікті болады. Осындай ыммен сөйлеу формасы әлі күнге дейін жалғасып келе жатыр. Ал интернет заманы келгелі ыммен ақпарат жеткізудің түрлі-түрлі жаңа модельдері пайда бола бастады. Солардың ішіндегі имитация түріндегі ең жаңасы – мемдер. Бұл қазірдің өзінде ғылыми айналысқа еніп, меметика саласының өзіндік теориясын қалыптастыра бастады. Ғылыми айналысқа енгізілді дегенмен, ол әлі де өзінің ең кенже кезеңінде. Оның зерттелемеген немесе өте аз зерттелген қыры өте көп. Соның бірі – мемдердің символдық қызметі. Символдар – визуалды имидждік технология ретінде де маңызды. Біз бұл зерттеу мақаламызда меметика ғылымының негізгі сипаттамасы арқылы оның символдық-имидждік мәніне талдау жасаймыз. Өйткені бұл дәл осы тұрғыдан нақты зерттелмеген сала. Сондай-ақ, мемдердің цифрлы коммуникациядағы рөлі мен виртуальды жанр ретіндегі сипаты әлі толыққанды зерттелген жоқ. Бұл да осы зерттеуіміздің негізгі мақсаттарының бірі.

Зерттеу материалдары және әдіснама.

Зерттеушілер адамдарда туғаннан пайда болатын табиғи ым тілінің бар екендігін тұжырымдайды. Бәлкім, ым адам баласының ең алғашқы сөйлесу тәсілі болған шығар. Қолмен көрсетуден тілге көшкен сөйлеу тілінің 150 мың жыл бұрын пайда болуы (Corballis, 2002) адамдар арасындағы коммуникацияның аса маңызды жаңа дәуірі еді. Сол ыммен сөйлесу дәуірінен күні бүгінге дейінгі коммуникацияның ең тиімді әдісі ретінде сақталып келе жатқан механизмдердің өзіндік кешені бар. Олардың ішіндегі ең белсенді әрі негізгі коммуникациялық дене тілдері адамзатқа ортақ (Pease, 1981). Мысалы қуаныш пен реніштің бет-әлпеттегі көрінісі барлық халыққа бірден түсінікті. Ымдаудың да өз тілі бар, эмоциясы бар. Әрбір ымды сөзбен жеткізсең, ол тұтас сөйлем болып та шығады. Сондықтан да адамзат сөйлесудің қысқартылған формасын қолдануды әлі де жалғастырып, тіпті оның жаңа формаларын ойлап тапты. Бұл – тиімді коммуникация құралы ретінде пиарология саласының да зерттеу нысаны. Сол жаңа форманың бірі – меметика ғылымы.

Меметиканы алғаш рет ғылыми айналысқа енгізген ағылшындық этолог, биолог Richard Dawkins тілдің генетикалық жолмен емес, басқаша бір жолдармен дами бастағанына ерекше назар аударды. Оның бұлай дамуының шапшаңдығы бұрын-соңды болмаған жағдайға жеткендігін талдап, оны жаңаша зерттеу қажеттілігін ұсынды және оның генетикалық эволюциядан да жылдамырақ дами алатын қасиетіне болжам жасады (Dawkins, 2006, p. 189). Ал бұл саланы цифрлы тұрғыдан қарастырған Limor Shifman мемдерді (пост)модерндік фольклор ретінде талдайды. Автор мұнда жалпы нормалар мен құндылықтар кескіннің фотошоп сияқты мәдени артефактар арқылы редакцияланған форматымен құрылымдалуын оның ерекшелігі ретінде түсіндіреді (Shifman, 2014, p. 28). Ұжымдық жадты қалыптастыру ерекшелігі (Nora, 1989) және меметика мен әлеуметтік желілердің өзара байланысы мемдердің белсенділігін арттыра түсетіндігі де назар аудартады (Schlaile et al., 2018). Бірақ ұтымды сөз немесе кез келген күлкілі жағдайдың бәрі бірдей мемге айнала алмайды. Оның адам психологиясына, ойлау жүйесінің сезімталдығына да байланыстылығы болжануда. Ал С.Блэкмор мемнің келесі ғасырларда да коммуникациялық немесе символдық қызметінің белсенді болатындығына күдік келтіріп, «XX ғасырдың соңында жасаған меметикамыз бір ғасырдан кейін тиімсіз болып көрінетіні сөзсіз, бірақ бұл оны тастай салу керек деген сөз емес» дейді (Blackmore, 1999, p. 56-57). «Тастай салуға болмай-

тындығын» - оның қазіргі цифрлы кезеңде бұрынғыдан да белсенді коммуникациялық модельге (Pratiwi et al., 2023) айналғандығымен түсіндіруге болады. Сондай-ақ мәдениетаралық кеңістікте баршаға бірдей түсінікті болатын сипаты арқылы жаңа жанр болып қалыптасып келе жатқандығы да өзіндік маңызға ие (Zhou et al., 2025; Luzón & Albero-Posac, 2023).

Зерттеу жұмысының әдістемелік дереккөздері ретінде меметика, коммуникация, символ, цифрлы коммуникация бағытындағы жан-жақты зерттеулер жүргізген ғалымдардың еңбектері негізге алынды. Меметиканың түрлі модельдеріне эмпирикалық талдау арқылы мемнің символдық, цифрлы коммуникациялық қызметтеріне, имидждік сипатына және виртуальды жанр ретіндегі ерекшелігі талқыланды. Мемдердің шығу тегі тұрғысынан, мағыналық қалыптасуы мен әлеуметтік-мәдени контексте трансформацияға ұшырай эволюциялануы тұрғысынан сапалық талдау жасалды. Мемдердің денотациялық және конотациялық мағыналары, символға айналу ерекшеліктері семиотикалық қырынан талданды. Зерттеуде мемнің цифрлық коммуникация кеңістігіндегі трансформациясын визуализациялау үшін генеративті жасанды интеллект құралы – OpenAI ChatGPT пайдаланылды. Схеманың концептуалдық негізі, мем трансформациясының кезеңдері мен олардың арасындағы семантикалық байланыстар автор тарапынан әзірленді. Авторлар ұсынған промт негізінде зерттеліп отырған мәселені көрнекілендіруге көмекші құралы ретінде ЖИ қолданылды. ЖИ дайындаған материалдар тексеріліп, зерттеудің теориялық тұжырымдарына сәйкестендіріліп редакцияланды. Жасанды интеллект эмпирикалық деректерді талдау, нәтижелерді интерпретациялау немесе ғылыми қорытындыларды қалыптастыру үшін пайдаланылған жоқ.

Талқылау және зерттеу нәтижелері.

Ғылыми зерттеулер жасанды интеллектінің ең алғашқы қадамдары 1950 жылдардың еншісінде деп көрсетеді (Ақсейіт, Алкожаева, & Әлімбекова, 2026, 32-б.). Содан бергі даму қазіргі жылдам интернет дәуіріне жеткізіп, ақпарат таратудың шексіз мүмкіндіктеріне жол ашты және ғылымның түрлі саласының жаңа дәуірін бастап берді. Сондай қол жеткізілген мүмкіндіктер арқылы пайда болып, интернеттің және цифрлы коммуникацияның келуімен жедел дами бастаған ең жас ғылым саласы – меметика. Осы саланы жан-жақты зерттеген Richard Dawkins визуалды коммуникацияда пайда болған жаңа формаға «мем» терминін енгізуінің мәнін түсіндіріп «Грек сөзінің түбірінен тараған «Мимема» сөзі күрделі. Сондықтан оны «ген» сөзіне жақындатып «мем» деп қысқартып алсам, оған менің классик-достарым кешіріммен қарар» деді (Dawkins, 2006, p. 43). Бұл атау сәтті болып, көп ұзамай Оксфорд сөздігіне енгізіліп «бір индивидуумнан келесіге имитация немесе басқа бір генетикалық емес жолмен берілетін мәдени ұстаным элементі немесе ұстаным жүйесі» деген анықтама беріліпті (Oxford Learner's Dictionaries, n.d., p. 56-57). Dawkins мемдердің эволюциясын геннің эволюциясына ұқсатады және имитацияны мемдердің өзін өзі қайталау немесе өзін өзі көшіру тәсілі деп түсіндіреді.

ЖИ-дің (OpenAI ChatGPT) көмегімен құрылған мына 1-кестеде түпнұсқалық мемнің даму, мутацияға ұшырау, шарықтау және қайту, сосын азаю кезеңдерін көрсеттік. *(Кестенің негізгі идеялық мазмұны авторлар тарапынан әзірленген және көрнекіленгеннен кейін тексеріліп, редакцияланған.)*



1-кесте.

Түпнұсқалық мемнің даму, мутацияға ұшырау, шарықтау, қайту және азаю кезеңдері

Мұндай мазмұндағы кестені жасау үшін ЖИ-ге мынадай сұраныс жіберілді: «Өзгеріс керек!" интернет-мемнің коммуникациялық ортада таралуы мен өзгеру үдерісін көрсететін көрнекіленген кесте жаса. Мұнда офистегі, спорттағы, әлеуметтік желідегі жағдайлар кесте ішіндегі кесте бойынша тармақталсын. Бастапқы мемнен оның әртүрлі контекстерде қолданылуындағы коммуникациялық жағдайларға бейімделуін көрсет. Оларды байланыстырып, мемнің бастапқы нұсқасының мутацияға ұшырауын, шарықтап, қайта өзгеріп, сосын біртіндеп азаюын схема түрінде жаса. Адам-символдың негізгі бет әлпеті сақталсын және жалпы кесте динамикаға құрылсын».

Интернет-мемдер цифрлық мәдениеттің таңбалық жүйесі ретінде өте ықпалды коммуникациялық қызмет атқарғанымен, олар 1-кестеде көрсетіліп тұрғанындай, бір субъектіден екінші субъектіге әуел бастағы қалпында дәл сол күйінше жете бермейді. Оның кейбір бөлшектері толықтырылып немесе жаңа мағынаны беруге лайықты символдық өзгерістерге ұшырап та отырады. Кейбір мемдер уақыттық сұрыпталудан өтіп, мәселенің өзектілігіне орай жұртшылықтың көбірек назарын аударып, ұзағырақ есте сақталады және басқалар да оны тез қабылдап алып, әрі қарай тартады. Динамикасы әлсіз, өзектілігі өтіп кеткен мемдер біржола жоғалып та кетеді. Ал уақыт сұрыптауынан өтіп, ұзақ мерзімдер бойы қолданыста болған мемдер белгілі бір ұғымды беретін символдарға айналады. Бұл символдар өз кезегінде коммуникациялық қызметтің ең белсенді де шапшаң моделі ретінде көрініс табады. Ұзақ уақыттық қолданыста болып коммуникативтік символға айналған мемдердің конструкциясының өзіндік тарихы да қалып-

тасады. Ол тұтастық-символдық коммуникация құралы ретінде өмір сүреді. Мемдер осындай символдық деңгейге көтерілгенде өзіндік тұжырымдарды байланыстыратын, белгілі бір комбинациялар құрайтын синтактикалық мәнге де ие болады.

Зерттеушілер интернет-мемдерге нақты бір анықтама беріп, бір ереженің ішіне сыйғызу да мүмкін еместігін айтуда. Өйткені ол үнемі өзгеріс үстінде болады. Сондықтан да вирустық ақпарат ретінде таралған түрлі оқиғалардың интернет-мемге айналу мүмкіндігін қандай да бір теорияға негіздеп, алдын ала болжау да қиын. Дегенмен, мемдерді цифрлы коммуникация тұрғысынан қарастыру ерекше белсенділік алуда. Бұлай қарастырудың мәні – мемдер арқылы берілген қандай да бір қызықты немесе көпшіліктің ерекше назарын аударған ақпараттың аз уақыттың ішінде өте кең ауқымға шығып үлгеретіндігімен түсіндіріледі. Әрине, мемдер цифрлы дәуірге дейін пайда болды. Соған қарамастан оның цифрлы коммуникация ретінде танылуының үш негізгі мәнін «Memes in Digital Culture» еңбегінде L.Shifman былайша анықтайды: (1) жеке индивидтен бірте-бірте қалың көпшілікке таралуы, (2) көшіріліп, имитациялана өңделуі және (3) бәсекелестіктің ықпалымен жылдам диффузиялануы (Shifman, 2014. 18 б.). Мемдердің осы үш қасиеті де онлайн таратылу арқылы микро-деңгейден макро-деңгейге жылдам көтеріліп, олардың коммуникациялық ерекшелігін айқындай түседі. Сол арқылы мемдер белгілі бір әлеуметтік топтардың менталитеттік сипатын да қалыптастыра алады.

Мысал үшін әлемге кең танымал болған мына мемді (2 кесте) алайық. Сэм Грайнер есімді бұл 1 жастағы баланың 2007 жылы АҚШ-тың бір штатындағы жағажайда қолына құм уыстап тұрып түскен суреті "Success kid" (Yu, 2016) деген атауымен лезде көпшіліке таралып кетіпті.

2-кесте

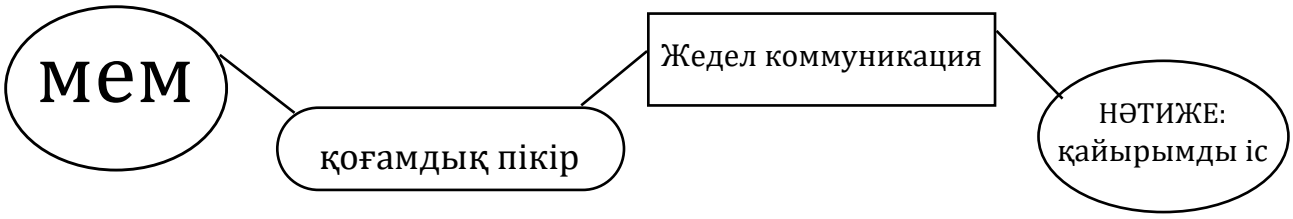


«Success kid» мемі

Әрине, дәл осы тұрысында ол қандай да бір жетістікті айтып тұрған жоқ еді. Бірақ суреттегі эмоция "Success kid" деген мағына береді деген ұстаным оны танымал етіп жіберді. 2015 жылы баланың әкесін емдетуге қаражат керек болғанда, осы танымалдылығының әсерімен аз күннің ішінде көпшіліктен 83 мың доллар жиналып, әкесінің

бүйрегін ауыстыру операциясы сәтті өтіпті. Яғни, "Success kid" мемі арқылы сырқат адамға көмектесу керектігі туралы қоғамдық пікір қалыптасып, көпшіліктің жедел коммуникациясының арқасында қайырымды іс жасалды (3 кесте).

3 кесте.



Мемнің эго-динамикалық функциясы

Мұны мемнің э**го-динамикалық функциясы** ретінде көрсетуге болады. Бұл жеке тұлғаның қоғамдық мәселелерге деген өз көзқарасын, құндылықтарын ашып айтпай-ақ, жанама әдістермен білдіруінің көрінісі. Адамдардың белгілі бір қауымдастықпен мем арқылы ықпалдасуының өзіндік моделі. Суреті мемге айналған бұл бала қазір 18-ге толыпты (1 сурет). Шынында да өмірінің жетістікке толы болғанын айтады екен.

1-сурет.



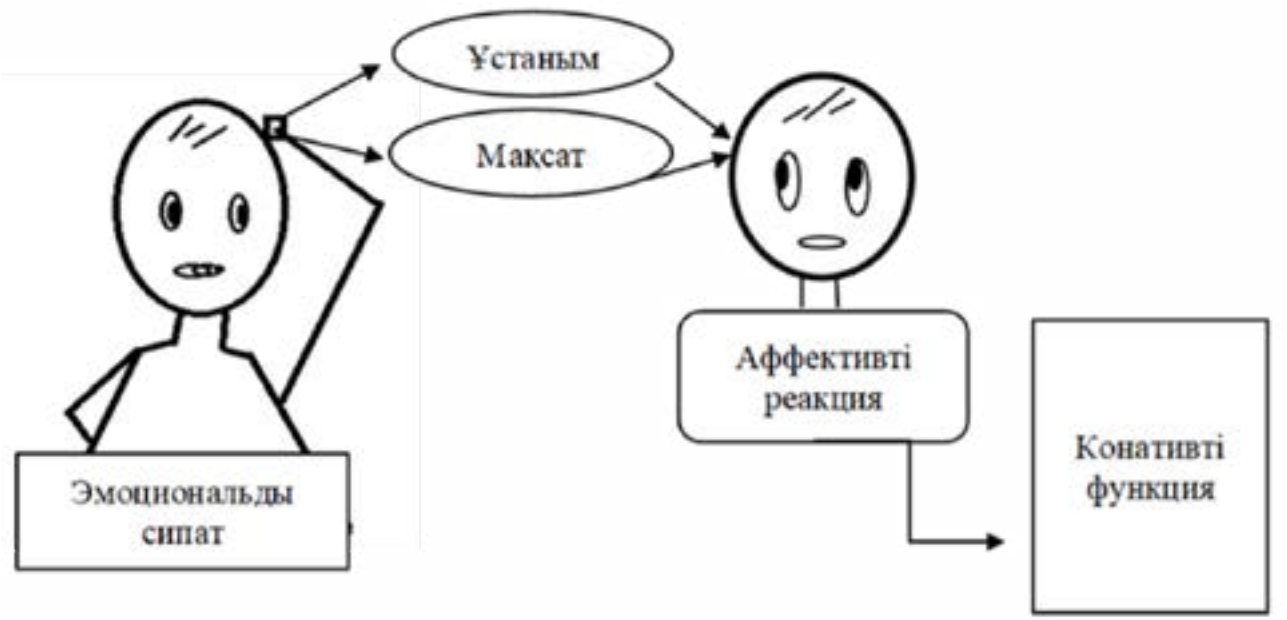
С.Грайнер 1 жас С.Грайнер 18 жас

Ұзақ уақыт қолданылған мемдер уақыт өте келе белгілі бір эмоцияны жеткізетін немесе қандай да бір коммуникациялық сипатты білдіретін символға айналу процесі «Жетістікке жеткен бала» мемі арқылы көрініс тапты, әр салада жетістікке жету символы ретінде әлемге танымал болды. Бұл мемге әзіл сөздер қосылып та жиі қолданылады. Осылайша символға айналып, әр түрлі имиджідік-коммуникациялық процестерді жинақы формада жеткізетін, қысқа да нұсқа ұжымдық ұстаным, ұжымдық ұғым қалыптастыра алды. Интернет-мемдер көп жағдайда ұжымдық еңбек ретінде көрініс табады. Өйткені ол ақпарат жасаушылардың жеткізетін ақпаратының негізгі идеясына қарай толықтырылып отырады. Өзіндік эмоциональды даму процесін бастан кешіреді. Коммуникаторлар мемдердің эмоционалдық сипаты арқылы өздерінің ұстанымдарын немесе жалпы мақсаттарын жүзеге асыруға ұмтылады. Ал кейбір өте ықпалды мемдер аффективті реакциялар тудырады. "Success kid" мемін соның нақты мысалы дей аламыз. Бұл

ISSN: 2616-7174. eISSN: 2663-2500

– мемдердің аудиторияны қандай да бір белсенді іс-қимылға ұмтылдыратын конативті функциясы (4-кесте):

4 кесте



Ықпалды мемдердің конативті функциясы

Адамның көргені немесе естігені оның санасында белгілі бір кескіндік мағынаға ие болады және өзіндік ерекшелігімен кодталады. Бұл – ақпаратты ой-санада сақтап тұратын семиоткалық модель. Мұны ой-сананың қандай да бір мәселені жинақтап ұстап, санадағы өзінің ақпараттық базасын пайдалануға жеңілдік беретін табиғи тәсілі деуге болады. Интернет-мемдерді семиотикалық тұрғыдан қарастырғанда ол тек көрнекі түрде берілген күлкілі посттар ғана емес екендігін де байқаймыз. Мемдер сонымен қатар аудиторияға әртүрлі мағыналар мен хабарламаларды жеткізетін таңбалар, кодтар және символдардың күрделі жүйесінің өнімі ретінде де танымалдығы артып келеді (Pratiwi et al., 2023).

1920 жылы Ресейдегі азамат соғысы кезінде суретші Д.Моордың «Ты записался добровольцем» атты үгіт плакаты сол жылдардағы көпшілікті азамат соғысына қатысуға шақырған өте ықпалды плакат болған еді. Ол сол кездері көшелерде ілулі тұрды. Газеттерде қайта-қайта басылып жатты. Бұл тарихи плакат ұрпақтан ұрпаққа жалғасып, бүгінгі дәуірдің желі қолданушыларын да бей-жай қалдырған жоқ. Бірақ мағынасы бейбіт күннің шақыруларымен сипатталды, ал кейбіреулері әзіл түрінде қолданылды. Мемнің денотациялық мағынасынң конотациялық мағынаға ауысуының шынайы көрінісін осы картинадан байқаймыз. Оның конотациялық мағынасы қазіргі меметика дәуірінде «Бұл сен бе, әлде сенің аватарың ба?», «Сен көп сөйлеуді доғардың ба?», «Сен тіркелдің бе?» деген сияқты әр түрлі мағынадағы мемдік картиналарға айналды (2 сурет. Мем автордан).

2-сурет



Түп нұсқа Мем

Қазіргі кезең адамдары үшін бұл плакаттың әуелгі кезде не үшін қолданылғаны да, авторы да ұмытыла бастады. Бұл да мемдердің пайда болу процесінің ұмытылу, еске түсірілу трансформациясының, адам жадының ұжымдық динамикасының көрінісі. Мұндай жағдайды P.Nora ұжымдық жадтың квинтэссенциальды қоймасындағы деректердің қандай да бір себептермен стихиялы түрде белсенділік алуы тұрғысынан қарастырады (Nora, 1989). Кескіндердің тарихи кезеңдегі осындай мақсаттары қоғамдық өзгерістерге байланысты өзектілігін жоғалтып, жаңа кезеңдегі коммуникацияда көп мағыналылыққа ие бола алатындығы мемдердің цифрлы модель ретіндегі функциясына дәлел бола алады. Ал цифрлы мемдер – қоғамдық пікір қалыптастырудың фрейминг моделіндегі ең белсенді құралы, яғни, қандай да бір мәселенің белгілі бір қырын айқынырақ етіп көрсетіп, басқаларын тасада қалдырып, дәл осы қырын ғана көпшіліктің қабылдауына ықпал ету тәсілі. Соның нәтижесінде коммуникатордың мақсатты аудиториясы мәселені белгілі бір тұрғыдан қабылдайды және оған реакция береді. Мұндай реакция өз кезегінде жаңа идеяларға жол ашу мүмкіндігіне де ие бола алады.

Адамның ақыл-ойы – сан-алуан ұғымдарды тоғыстырып, одан жаңа идеялық модельдер ойлап табудың қайнар көзі. Сол қайнар көз интернет мемдердің түрлі форматтарын өмірге әкелді. Мұндай интернет-мемдер дәстүрлі коммуникациялық технологиялардан сипаты өзгеше цифрлы модельге айналды. Оның цифрлылық сипаты – ықшамдылығында және қай тілде де көпшілікке ұғынықты болатындығында.

Мемдерге тән тағы бір ерекшелік – олардың үнемі динамикалық эволюция үдерісінде болатындығы. Визуалды-имидждік және лингвистикалық-семиотикалық символдар ке-

шені мемдер арқылы жаңарып, қатары толыға түседі. Интернет-мемдер онлайн-дискурста мәдени және әлеуметтік коммуникацияның жедел де ықпалды формасын құрайды. Осылайша мәдени индустрия сияқты, мемдер назар аударту индустриясына айналып келеді. Оны арнайы компаниялар емес, жеке тұлғалар жасайды. Өйткені бұл индустрия жеке индивидтің нақты естеліктеріне, талғамдары мен ұстанымдарына және артефактілерінің негізінде өмірге келеді.

Режиссер Вернер Герцогтың Антарктидадағы адам мен жануарлардың өмірінен түсірген «Ғаламшардың шетіндегі кездесулер» («Encounters at the End of the World», 2007) атты деректі фильмінде басқа пингвиндерден бөлініп, 70 шақырым жердегі тауға қарай жалғыз кеткен пингвин туралы видеосына әлем жұртшылығы биылғы жылы ерекше назар аударды (3-сурет)

3 сурет



Тауға қарай жалғыз кеткен пингвин

Бұл деректі фильм 2007 жылы түсірілгеніне қарамастан әлеуметтік желі қолданушылары 2026 жылы ғана осы пингвинді мемге айналдырып жіберді (Know Your Meme, 2025). Автордың өзі пингвиндердің өмірінде жалғыздыққа кетуін түсініксіз және мұңды жағдай екендігін баяндаса да, интернет желі қолданушылары оған әр түрлі жағымды мазмұн беретін мемге айналдырып үлгерді. Бір авторлар оған дорба арқалатып «Өз жолын таңдаған пингвин» (Shaikh, 2026) деген мем жасады (4-сурет).

4-сурет



«Өз жолын таңдаған пипгвин»

Әлем жұртшылығына таралатын және жаңа мән екшеп шығаратын динамикасымен ерекшеленетін осындай интернет-мемдер өзіндік жанр ретінде қарастырыла бастады. Қай жанр болса да, әуел бастағы тар шеңбердегі қалпынан кеңейе келе әлеуметтік-мәдени саланың әр түрлі бағыттағы жанрларын қалыптастырған еді. Бұл интеллектуалдық қорлардың қанат жаюымен де байланысты екендігі түсінікті. Ал қазіргі кезеңде виртуальды кеңістікте мәтіні жаңаша түрленіп, көпшіліктің ерекше назарын аударатын интернет-мемдерді де өзіндік жанр ретінде анықтау туралы ұстанымдар белсенділік алуда. Зерттеушілер жанр (латын: gener) сөзінің түп-төркіні «генерациялау» деген ұғымды білдіретіндігіне сілтеме жасай отырып, оны мәтіндер және бір-бірімен өзара байланыстағы күрделі де қуатты әлеуметтік құбылыстарды ұйымдастырушы әрі мәтіндердің жаңа типтерін түзуші деп таниды (Bazerman et al., 2009, p. 4-5) Жанрдың әлемдік деңгейде айқындалған осындай теориясы интернет-мемдерді де виртуальды жанр ретінде тануға мүмкіндік береді. Әрбір жанр көпшіліктің белгілі бір бағыттағы туындыларға деген айрықша қызығушылығының арқасында пайда болады және әлеуметтік-мотивациялық қарым-қатынастарға байланысты өзіндік эволюциясын бастан кешіреді. Оның тарихында белсенділігі азайып, қолданыстан шығып қалған жанрлар да бар. Оларды жаңа бағыттағы әдеби, мәдени, ақпараттық, коммуникативтік, имидждік туындылар мен технологиялардың белсенділігі ығыстырып шығарады. Виртуальды жанрлар цифрлық жанрлар ретінде «көп мақсатты әрі әртүрлі аудиториямен бір мезгілде өзара әрекеттесуге бағытталған болуы мүмкін» (Luzón & Albero-Posac, 2023, p. 17) және мұндай жанрлар мультимедиялық сипатта болады. Цифрлы кезеңде осы жаңа жанрлардың пайда болуы ақпаратты жеткізудің де жаңа формаларын өмірге әкеледі. Мемдер арқылы қысқа мазмұндағы ақпарат жеткізу әдістері ешқандай тілдік, менталдық шекаралармен шектелмейтіндігімен де ерекшеленеді (Zhou et al., 2025).

Зерттеу нәтижелері мемдердің жалпы сипаттамасын тануға мүмкіндік берді. Оның ішінде мемдердің эго-динамикалық функциясы бұрын жеткілікті түрде қарастырылмаған жаңа мысалдар мен зерттеушілердің теориялық талдауларының қорытындысына сүйене отырып, осы мақалада жаңа көзқарас ретінде екшеліп, ұсынылды. Қоғамдық пікір қалытастырудағы динамикасының ықпалдылығы айқындала түсті. Виртуальды интернет-мемдердің пайда болуы да келешекте кейбір ақпараттық жанр түрлерін ығыстыруы мүмкіндігі қарастырылып, біздің мысалдарымыз арқылы виртуальды жанр ретіндегі табиғаты айқындала түсті. Осылайша, бұған дейін көптеген зерттеулерге негіз болған мәдени индустрия сияқты, мемдер де назар аударту индустриясына айналып келе жатқандығына шолу жасалып, мысалдар арқылы түйінделді.

Қорытынды. S. Blackmore «Біз мидың негізгі механизмдерін түсінбей-ақ, меметикалық таңдаудың жалпы принциптерін түсінуде үлкен жетістіктерге жете аламыз» (Blackmore, 2000, p. 56-57) деп, мемдердің жаңа зерттеулерге жол ашатындығына сілтеме жасайды. Біз де осы зерттеуіміз арқылы меметиканы пәнаралық тұрғыдан зерттеу қажеттілігі бар екенін байқадық. Болашақ зерттеушілер осы саланың пиарология саласымен тікелей байланыстылығын талдап, имидждік категория ретіндегі қызметін тереңірек талдауына ұсыныс жасай аламыз. Аудиторияның мемдерді қабылдау реакциясын нақты өлшейтін кең көлемді әлеуметтік сауалнамалар немесе статистикалық контент-анализ деректері әлі де тереңдеп зерттеуді қажет етеді.

Мемдердің әр түрлі мағынаны білдіре отырып трансформацияланатын қасиеттеріне орай оларды классификациялау болашақ зерттеушілердің еншісінде. Мемдер классифи-

кациясы жеке зерттеу нысаны ретінде мемдердің басқа да қырларын жан-жақты аша түсер еді.

Мақала бойынша мүдделер қақтығысы жоқ.

Авторлардың қосқан үлесі

Тұржан О. – мақаланың теориялық бөлімін жазып, талқылауға қатысу, редакциялау.

Әбілхан А. – хат-хабар авторы, мақаланың қорытынды бөлімін жазуға қатысу, тақырыпқа қатысты мысалдарды жинақтап, талқылауға қатысу.

Бекжанова Д. – тақырыпқа қажетті ғылыми еңбектерді саралау, талқылауға қатысу, мақаланы техникалық талапқа сай рәсімдеу.

Әдебиеттер тізімі:

Akseit, G., Alkozhayeva, A. and Alimbekova, S. (2026) 'The transformative role of artificial intelligence technologies in modern journalism', Bulletin of L.N. Gumilyov Eurasian National University. Journalism Series, 154(1), pp. 25–37. doi: https://doi.org/10.32523/2616-7174-2026-154-1-25-37

Bazerman, C., Bonini, A. and Figueiredo, D. (eds) (2009) Genre in a changing world. Fort Collins, CO: The WAC Clearinghouse; West Lafayette, IN: Parlor Press, 528 p. doi: https://doi.org/10.37514/PER-B.2009.2324

Blackmore, S. (2000) 'The power of memes', Scientific American, 283(4), pp. 52–61. doi: https://doi.org/10.1038/scientificamerican1000-64

Corballis, M.C. (2002) From hand to mouth: The origins of language. Princeton, NJ: Princeton University Press, 257 p.

Dawkins, R. (2006) The selfish gene. 30th anniversary edn. Oxford: Oxford University Press, 360 p.

Encounters at the End of the World (2007) [Documentary]. Directed by W. Herzog. Discovery Films; ThinkFilm (Accessed: 14 July 2026).

Know Your Meme (2025) 'What is the Nihilist Penguin meme? Why a video of a penguin walking toward a mountain from a Werner Herzog film is going viral explained'. Available at: https://trending.knowyourmeme.com/editorials/guides/what-is-the-nihilist-penguin-meme-why-a-video-of-a-penguin-walking-toward-a-mountain-from-a-werner-herzog-film-is-going-viral-explained (Accessed: 14 July 2026).

Luzón, M.J. and Albero-Posac, S. (2023) 'Digital genres and Open Science practices', Ibérica, 46, pp. 1–21. doi: https://doi.org/10.17398/2340-2784.46.1

Nora, P. (1989) 'Between memory and history: Les lieux de mémoire', Representations, 26, pp. 7–24. doi: https://doi.org/10.2307/2928520

Oxford Learner's Dictionaries (n.d.) 'Meme', Oxford Learner's Dictionaries (Accessed: 15 May 2026).

Pease, A. (1981) Body language: How to read others' thoughts by their gestures. London: Sheldon Press, 160 p.

Pratiwi, D.P.E., Sulatra, I.K. and Dewangga, I.G.A. (2023) 'Deconstructing internet memes through semiotic analysis: Unveiling myths and ideologies in visual and verbal signs', Jurnal Arbitrer, 10(1), pp. 55–65. doi: https://doi.org/10.25077/ar.10.1.55-65.2023

Schlaile, M.P., Knausberg, T., Mueller, M. and Zeman, J. (2018) 'Viral ice buckets: A memetic perspective on the ALS Ice Bucket Challenge's diffusion', Cognitive Systems Research, 52, pp.

947–969. doi: https://doi.org/10.1016/j.cogsys.2018.09.012

Shaikh, P. (2026) 'Solitary penguin meme 2026: Burnout, rebellion, and the penguin who chose his own path', Medium, 4 February. Available at: https://medium.com/@pervincoach/solitary-penguin-meme-2026-burnout-rebellion-and-the-penguin-who-chose-his-own-path-7ca9e3f779e9 (Accessed: 14 July 2026).

Shifman, L. (2014) Memes in digital culture. Cambridge, MA: MIT Press, 212 p.

Yu, K. (2016) 'The infamous Success Kid' [online] (Accessed: 14 July 2026).

Zhou, S., Peng, S., Luebke, S.M., Haßler, J., Haim, M., Mohammad, S.M. and Plank, B. (2025) 'What media frames reveal about stance: A dataset and study about memes in climate change discourse', in Findings of the Association for Computational Linguistics: EMNLP 2025, pp. 5337–5356. doi: https://doi.org/10.18653/v1/2025.findings-emnlp.286

О. Туржан1, А. Абильхан*[2], Д. Бекжанова[3]

[1,2,3]Евразийский национальный университет имени Л.Н. Гумилева, Астана, Казахстан.

Символическое значение меметики и ее роль в цифровой коммуникации

Аннотация. В статье рассматриваются основные современные проблемы меметики, включая символическое значение мемов и их роль в цифровой коммуникации. Цель исследования заключается в определении жанровых особенностей интернет-мемов посредством анализа их использования как эффективного инструмента распространения информации и установления коммуникации. Анализируется влияние функции оперативности мемов на формирование общественного мнения. Важной задачей исследования является также выявление закономерностей распространения, воспроизводства, трансформации и восприятия мемов как единиц цифровой модели с опорой на предшествующие научные исследования. Предполагается, что проведённый анализ сфер применения мемов и причин их эффективности будет иметь практическую значимость. В статье раскрывается сущность процесса превращения мемов в символы, а их эффективность как имиджевой технологии демонстрируется на конкретных примерах и посредством теоретических положений. В рамках исследования проведён эмпирический анализ коммуникативных функций мемов. Одним из актуальных аспектов работы является определение эффективности использования мемов в качестве визуального жанра специалистами в области связей с общественностью. Представленные направления дальнейших исследований, основанные на выявлении малоизученных аспектов меметики, могут внести определённый вклад в развитие данной научной области.

Ключевые слова: жест, меметика, символы, цифровая коммуникация, виртуальный жанр.

O. Turzhan[1], A. Abilkhan*[2], D. Bekzhanova[3]

[1,2,3]L.N. Gumilyov Eurasian National University, Astana, Kazakhstan

The symbolic significance of memetics and its role in digital communication

Abstract. The article examines the principal contemporary issues in the field of memetics,

including the symbolic significance of memes and their role in digital communication. The study aims to identify the genre-specific characteristics of internet memes by analysing their use as an effective means of disseminating information and establishing communication. Particular attention is paid to the influence of the immediacy function of memes on the formation of public opinion. Another important objective is to determine the patterns of dissemination, replication, transformation, and reception of memes as units of a digital model, drawing on previous research. The analysis of the fields in which memes are most applicable, as well as the reasons for their effectiveness, is expected to have practical value. The study reveals the essence of the process through which memes acquire symbolic meaning and demonstrates their effectiveness as an image-building technology through specific examples and theoretical propositions. An empirical analysis of the communicative functions of memes is also conducted. A relevant aspect of the research is the assessment of the effectiveness of using memes as a visual genre by public relations professionals. By identifying underexplored areas of memetics and proposing directions for future research, the study seeks to contribute to the further development of this field.

Keywords: gesture, memetics, symbols, digital communication, virtual genre.

Авторлар туралы мәлімет:

Тұржан О. – фил.ғ.кандидаты, журналистика және әлеуметтік ғылымдар жоғары мектебі, Л.Н. Гумилев атындағы ЕҰУ, Сәтбаев көшесі, 2., 000010 Астана, Қазақстан

Әбілхан А. – хат-хабар авторы, докторант, журналистика және әлеуметтік ғылымдар жоғары мектебі, Л.Н. Гумилев атындағы ЕҰУ, Сәтбаев көшесі, 2., 000010 Астана, Қазақстан

Бекжанова Д. – докторант, журналистика және әлеуметтік ғылымдар жоғары мектебі, Л.Н. Гумилев атындағы ЕҰУ, Сәтбаев көшесі, 2., 000010 Астана, Қазақстан

Сведения об авторах:

Туржан О. – кандидат филологических наук, Высшая школа журналистики и социальных наук, Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева, ул. Сатпаева, 2, 000010, Астана, Казахстан.

Абильхан А. – автор для корреспонденции, докторант, Высшая школа журналистики и социальных наук, Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева, ул. Сатпаева, 2, 000010, Астана, Казахстан.

Бекжанова Д. – докторант, Высшая школа журналистики и социальных наук, Евразийский национальный университет им.Л.Н. Гумилева, ул. Сатпаева, 2, 000010, Астана, Казахстан.

Information about the authors:

Turzhan O. – candidate of Philological Sciences, Higher School of Journalism and Social Sciences, L.N. Gumilyov ENU, 2 Satpayev St., 000010 Astana, Kazakhstan.

Abilkhan A. – correspondence author, doctoral candidate, Higher School of Journalism and Social Sciences, L.N. Gumilyov ENU, 2 Satpayev St., 000010 Astana, Kazakhstan.

Bekzhanova D. – doctoral candidate, Higher School of Journalism and Social Sciences, L.N. Gumilyov ENU, 2 Satpayev St., 000010 Astana, Kazakhstan.