

1. Заболотнова Т.Н. Мотивация студентов-медиков к изучению иностранного языка / Т.Н. Заболотнова, А.Ю. Евстигнеева, Л.А. Павлова // Поволжский педагогический поиск. – 2013. – №3(5). – С. 77-82.

2. Исмаилова М.С. Чтение и перевод научных журналов на английском языке студентами медицинского университета/ М.С.Исмаилова, Л.В. Тимеева // Сборник статей II Международной (72 Всероссийской) научно-практической конференции молодых ученых и студентов «Актуальные вопросы современной медицинской науки и здравоохранения». – 2017. – Т.1. – С. 600-604.

3. Лутфуллина Г.Ф. Проблемные вопросы в преподавании технического варианта иностранного языка в России // Гуманитарные научные исследования. 2016. № 6 [Электронный ресурс]. URL: <http://human.snauka.ru/2016/06/15839> (дата обращения: 26.03.2019).

4. Марданян М.З. РОЛЬ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА В ОБУЧЕНИИ СТУДЕНТА МЕДИЦИНСКОГО ИНСТИТУТА И В ПРОФЕССИИ ВРАЧА [Электронный ресурс] // Материалы IX Международной студенческой научной конференции «Студенческий научный форум» URL: <https://scienceforum.ru/2017/article/2017035484> (дата обращения: 02.03.2019).

УДК 81:373:316.6

**Аскерова С.А., Смирнова Т.В.
ФУНКЦИИ МЕМА КАК СОЦИОКУЛЬТУРОНОГО ФЕНОМЕНА
СОВРЕМЕННОГО КИБЕРПРОСТРАНСТВА**

Кафедра философии, биоэтики и культурологии
Уральский государственный медицинский университет
Екатеринбург, Российская Федерация

**Askerova S.A., Smirnova T.V.
FUNCTIONS OF MEME AS A SOCIO-CULTURAL
PHENOMENON OF MODERN CYBERSPACE**

Department of philosophy, bioethics and cultural studies
Ural state medical university
Yekaterinburg, Russian Federation

E-mail: sabrinaaskerova01@gmail.com

Аннотация. В статье рассматривается функционал интернет-мемов как неотъемлемой части медийного контента и способа распространения информации в различных коммуникационных каналах, такие как социальные сети и социальные медиа. В процессе анализа киберпространства выяснилось, что основными тематиками мемов являются насущные проблемы нашего времени. Мемы позволяют пользователям самовыражаться, делая акцент на актуальную для общества тему преимущественно в ироничном плане.

Annotation. The article deals with the activity of Internet memes as an integral part of media content and a way to distribute information in various communication channels, such as social networks and social media. In the process of analyzing cyberspace, it became clear that the main topics of memes are the pressing problems of our time. Memes allow users to express themselves by focusing on a topic that is relevant to society, mostly in an ironic way.

Ключевые слова: киберпространство, интернет-мемы, ирония, социокультурный контент.

Keywords: cyberspace, Internet memes, irony, socio-cultural content.

Введение

В современном интернете простой пользователь выступает не только как потребитель медийных событий, но и как их создатель. Тем самым представляет интерес набирающие популярность мемы как новое социально-культурное явление.

Мемы обычно создаются и распространяются на различных социальных сетях, форумах. В качестве единицы информации мем имеет своими источниками научные познания, анекдоты, фильмы, а также политику.

Цель исследования – рассмотреть социокультурные функции мема как феномена современного киберпространства.

Материалы и методы исследования

Материалом для исследования послужили научные статьи и социальные сети – основное пространство конструирования и трансляции мемов. Методами для статьи стали аналитический и синтезирующий. Кроме того, использовался структурно-функциональный и диалектический, позволившие рассмотреть мем как элемент современной культуры.

Результаты исследования и их обсуждение

Главным фактором распространения такого медиаресурса как мем становится упрощение выражения смысла с использованием как текстового, так и визуального рядов, с уклоном на максимальную реализацию актуальных потребностей.

Если обычный пользователь видит мем, в содержании которого выражается преувеличенная эмоциональная реакция в определённой жизненной ситуации, то в дальнейшем при появлении аналогичной ситуации есть вероятность воспроизведения данного шаблона

Специалисты в области интернет-коммуникаций отмечают, что мемы, обладая вирусной особенностью, способны не только инфицировать сознание интернет-пользователей, но и изменить ментальные установки и поведение человека.

В последние годы интернет и компьютерные технологии способствовали притоку новых форм юмора, значительное количество которых зависит от изображений (фотографий или рисунков) или очень коротких фильмов, с сокращением текста в длину.

По словам Спербера (2013), мем также можно назвать репликатором культуры, мем должны рассматривать как живую структуру не только метафорически, но и технически. Мем используется в коммуникациях как один из способов самовоспроизведения. Он живёт и распространяется в мире главным образом, с момента появления социальных медиа, которые способствуют быстрому распространению мема [4].

Мем становится одним из способов распространения культуры, таким образом, что они имитируют, отражают культуру и транслируют её среди других медиа-участников.

Мем может появиться в любом месте и в любое время. На создание мема напрямую влияют социальные или политические изменения, которые распространяются среди пользователей, объединённых одной мыслью и одними целями, и служат для дальнейшего конструктивного размышления либо ироничного высмеивания жизненной ситуации.

Данная «мем-культура» обладает высоким потенциалом изменить обстановку в мире, она влияет принятие решения человеком в пользу того или иного выбора, внушая свои смыслы простому пользователю [1].

В интернет-каналах текстовые варианты имеют более выраженное свойство маркировки другого пользователя в целях удовлетворения агрессии, чем визуально-текстовые. Поэтому визуальные инструменты коммуникации являются более лично-нейтральными и нагруженными более эмоционально легким для восприятия содержанием, что обеспечивает их массовую популярность.

Выживаемость и распространяемость мема определяется следующими параметрами: крайняя простота, легкость в создании, компенсаторность потребностей целевой аудитории, атрибутивность (способность с помощью мема маркировать себя и других), актуальность затрагиваемой проблемы. С учетом анализа данных характеристик мемов можно прийти к выводу, что приоритетным качеством создаваемого мема должна быть актуальность [2].

Виртуальная реальность, формируемая в интернете, обладает специфическими свойствами: порождённостью, актуальностью, автономностью, интерактивностью. Многие мемы отражают определенный коммуникативный тип, но не могут пластично подстроиться под меняющиеся интересы.

Если созданный мем стал популярным и закрепился в виртуальной среде, то впоследствии он сам может формировать способ реализации актуальных потребностей или подавлять одни и усиливать другие стремления

Продукт интернет-коммуникации – мем – обладает устойчивостью, благодаря реализации ряда следующих коммуникативных функций: функция информирования, функция коллективизации, функция индивидуализации, функция компенсаторности [3].

Необходимо подчеркнуть особенность мемов, связанную с тем, что реципиент подсознательно знает: мем, вывешенный на стене вне зависимости от содержания, будет иметь эффект – оценку и связь приятных эмоций с

пользователем странички [2]. Поэтому любой мем, выкладываемый пользователем, автоматически реализует потребность в индивидуализации, даже если он на первый взгляд изобличает недостатки пользователя. Особенно если данные недостатки характерны для его друзей в социальных сетях.

В интернет-пространстве среди пользователей распространен мем «Мыш (кродеться)». Данный мем относится к абстрактным мемам, которые появились в 2014 году и приобрели популярность в основном благодаря сообществу посвящённых. Таким мемам сложно дать определение. Обычно их можно охарактеризовать как сюрреалистичные, постироничные. В них присутствуют намеренные орфографические ошибки.

В слове «мыш» отсутствует мягкий знак, а в слове «кродеться» допущены две орфографические ошибки и оно всегда заключено в скобки, это усиливает абстрактность мема. Распознать данные мемы можно по шрифту Lobster, который используются при их создании. Подобные мемы многие считают примитивными и характеризующими современное поколение. В то же время, прародителем абстрактных мемов является «олбанский йезык». Он возник в русскоязычном сегменте интернета в начале 2000-х, продолжал свое существование до конца первого 10-летия, становясь менее актуальным.

Таким образом, мем в структуре современной интернет-коммуникации имеет двоякую грань: с одной стороны, он является информационным продуктом потребления, с другой - формирует потребительскую культуру.

Большая часть пользователей привыкает к реализации потребностей через мем, и задача автора состоит в том, чтобы заложить ту семантику, которая будет отвечать основным потребностям, присущим большей части целевой аудитории.

Выводы:

В наши дни мем является новой формой мышления, как универсальный языковой инструмент для невербальной сигнализации людям о своих качествах и желаниях. Показанные примеры свидетельствуют о том, что мемы, функционирующие в киберпространстве, отражают реальные, актуальные для общества события. Следовательно, можно сделать вывод, что любой мем выполняет хотя бы одну из следующих функций: информативная, трансляционная, эмоциональная, фактическая.

Список литературы:

1. Большой толковый социологический словарь / под ред. М. Вече. – 2001. – 544 с.
2. Марченко Н.Г. Интернет-мем как хранилище культурных кодов сетевого сообщества / Н.Г. Марченко // Казанская наука. – 2013. – №. 1. – С. 113–115.
3. Пропп В.Я. Морфология волшебной сказки / В.Я. Пропп – М.: Лабиринт, 2001. - 144 с.
4. Тихомирова М.С. Переключение кодов в интернет-мемах как проявление лингвокреативности / М.С. Тихомирова // Вестник Череповецкого гос. ун-та. - 2017. - № 5(80). - С. 148 –153.

5. Щурина Ю.В. Интернет-мемы: проблема типологии [Электронный ресурс] // Вестник Череповецкого государственного университета. – 2014 – №6. URL: http://infoculture.rsl.ru/NIKLib/althome/news/KVM_archive/2013/03/2013-03_r_kvms-s3.pdf (дата обращения: 26.02.2020).

УДК 615.12

**Ахмеджанова Е.Е., Пономарева О.Н.
АНАЛИЗ РЫНКА КОСМЕТОЛОГИЧЕСКИХ УСЛУГ
ГОРОДА ЕКАТЕРИНБУРГА**

Кафедра истории, экономики и правоведения
Уральский государственный медицинский университет
Екатеринбург, Российская федерация

**Ahmedzhanova E.E., Ponomareva O.N.
ANALYSIS OF THE MARKET OF COSMETOLOGY SERVICES
IN YEKATERINBURG**

Department of History and Economics
Ural state medical university
Yekaterinburg, Russian Federation

E-mail: katerochek41@icloud.com

Аннотация. В статье проведен анализ рынка косметологических услуг в городе Екатеринбург для выявления наиболее распространенных.

Annotation. The article analyzes the market of cosmetic services in the city of Yekaterinburg to identify the most common.

Ключевые слова: рынок, косметологические услуги, медицина, медицинские клиники, экономика.

Keywords: market, cosmetology services, medicine, medical clinics, economy.

Введение

В последние годы косметология представляет собой бурно развивающуюся область медицины, где успешно соединяются научный и клинический подход и клинико-инструментальная диагностика. В результате такого взаимодействия, а также фундаментальных исследований в области цитогенетики, биохимии и биофизики кожи появились уникальные методы диагностики и малоинвазивные омолаживающие технологии.

Цель исследования – проанализировать и оценить рынок косметологических услуг в г. Екатеринбурге.

Материалы и методы исследования

Статистический и логический анализы данных, представленных на официальных сайтах косметологических клиник г. Екатеринбурга.