

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
Навчально-науковий інститут філології
Кафедра фольклористики

СУЧАСНИЙ ФОЛЬКЛОР РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ ХХІ
СТОЛІТТЯ: ВІЗУАЛЬНІ ФОРМИ І СМИСЛИ

Кваліфікаційна робота освітнього
ступеня «бакалавр»
студента IV курсу
спеціальності 035 «Філологія»
спеціалізації 035.09 «Фольклористика»
ОП «Фольклористика, українська мова
і література та англійська мова»,
Артема ЖУКА

науковий керівник:
к. філол. н., доц. Наталія РУДАКОВА

Рецензент –
д. філол. н, доц. Олеся НАУМОВСЬКА

До захисту:
завідувачка кафедри д. філол. н., доц. Олеся НАУМОВСЬКА

КИЇВ - 2023

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. МЕМИ ЯК ЯВИЩЕ СУЧАСНОГО КУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ	7
1.1. Вивчення поняття інтернет-мему	7
1.2. Вітчизняні дослідження сучасних воєнних мемів	16
Висновки до першого розділу	21
РОЗДІЛ 2. МЕМНА КУЛЬТУРА: АКТУАЛІЗАЦІЯ, ФУНКЦІОНАЛЬНЕ І СМИСЛОВЕ НАВАНТАЖЕННЯ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРІ ПЕРІОДУ ПОВНОМАСШТАБНОЇ ФАЗИ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ	23
2.1. Вплив воєнних мемів на українського користувача	23
2.2. Структура сучасного українського воєнного мему	32
2.3. Авторське створення та поширення мемів	37
Висновки до другого розділу	42
ВИСНОВКИ	44
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	47
ДОДАТКИ	51

ВСТУП

Зараз, як ніколи раніше, питання становлення української держави як незалежної та суверенної стало надзвичайно актуальним. Йдеться не лише про територіальну або політичну незалежність, а й про культурну. Приводом для чергової культурної боротьби за свідомість українців стала повномасштабна війна Росії проти України, розпочата 24 лютого 2022 року. Напавши на нас, держава-терорист неочікувано зіткнулася з небаченим раніше військовим та психологічним супротивом, що стало показником ментальної незалежності українського народу.

У цей період до рук українців потрапило багато летальної зброї – рушниць, автоматів, гармат, танків, броньованих машин тощо. Проте серед усіх жахів війни нам вдалось зберегти і навіть примножити головне національне озброєння – нашу культуру. За понад рік повномасштабного вторгнення Росії на територію України з'явилося дуже багато нових елементів культурної спадщини. І йдеться не лише про музику, поезію, кіно, освіту, спорт – що є, безумовно, основоположними галузями – а про сучасну, нову для освітньої спільноти науку, – меметику.

Серед дослідників цієї нової і мало вивченої науки є: Казанський Д., Чемеркін С., Кирилук О., Денисюк Ж., Дзюбіна О., Пода Т., Чаплак Я., Чуйко Г., Рязанов А., Оленіна О., Пічугіна Ю., Мілютина К., Садівнича Н., Смола Л., Закальська Я. та багато інших сучасних науковців. Кожен з перелічених вчених досліджував меметику зі своєї точки зору: мова мережевого фольклору, меметичність комунікативних практик, мем як культурний феномен, культурне середовище інтернету та ін. Ми розділяємо думки решти дослідників стосовно порушеної нами теми і визнаємо кожне дослідження важливим внеском в українську фольклористику. У свою чергу, вважаємо меми невід'ємною частиною усної народної творчості, адже вони є анекдотами в минулому, які

раніше передавалися вербальним шляхом, з уст в уста, а зараз змінили спосіб поширення на візуальний – від екрану до екрану.

Актуальність дослідження. Меми зберегли головні функції фольклору – відображення суспільно-політичного настрою, фіксація соціальних інтересів, ретрансляція нагальних громадських питань. У довоєнні часи мистецтво інтернету висміювало переважно внутрішньополітичні проблеми України, або висвітлювало різницю в поглядах між поколіннями батьків – дітей або вчителів – учнів, потім з'явилась тема COVID-19 та, відповідно, дотримання карантинних норм, перебування на самоізоляції. Кожен тепер історичний період впливав на предмет гумору українців.

У нинішній воєнний час усі попередні теми для жартів та мемів зникли з поля зору українського користувача, прийшов час для воєнного фольклору. Тепер в українському медіапросторі переважають меми про російських та білоруських політиків-невдах, про пропагандистів, про «досягнення» цілей путінського режиму тощо. За таких умов змінився й предмет зацікавленості науковців. Відтепер українських (і деяких іноземних) дослідників цікавить тема найбільшої за останні 75 років війни в Європі, показова боротьба та перемога добра (України) над злом (Росією), семантика воєнного фольклору та сила духу нашого народу. Саме тому вважаємо актуальним дослідження форм і смислів сучасної російсько-української війни XXI століття.

Практичне значення дослідження полягає у поглибленні знань про властивість мемів відображати актуальні воєнно-політичні проблеми сьогодення і їх здатність впливати на свідомість українських користувачів. Також практична цінність цієї роботи полягає у спробі довести необхідність обміну інтернет-матеріалами українцями задля підтримки загальнонаціонального духу. Поміж іншим, матеріали цієї бакалаврської роботи можуть бути використані в подальших фольклористичних дослідженнях, для розробки лекційних курсів, створення монографічних праць як додаткового

матеріалу для студентів навчальних закладів, посібників, підручників, навчальних програм для фольклористів, етнологів та антропологів.

Мета кваліфікаційної роботи – здійснити глибинний аналіз форм і смислів сучасного фольклору російсько-української повномасштабної війни, підбраного із найпопулярніших соціальних мереж TikTok, Facebook, YouTube, Instagram, а також месенджерів Viber, Telegram та WhatsApp, що поширювалися з лютого 2022 до лютого 2023 років.

Поставлена мета передбачає вирішення таких основних **завдань**:

- вивчити наукові студії тематики меметики;
- зібрати фактологічний матеріал (картинки, відео, тексти) з найпоширеніших соціальних мереж та месенджерів;
- проаналізувати та охарактеризувати сучасний візуальний український воєнний фольклор (меми);
- дослідити вплив воєнного фольклору на сучасного українського інтернет-користувача;
- здійснити спробу самостійно створити та поширити меми.

Об'єктом дослідження є сучасний візуальний фольклор російсько-української війни, що з'явився у найпопулярніших соціальних мережах та месенджерах з лютого 2022 до лютого 2023 років.

Предметом дослідження є особливості смислотворення візуальних фольклорних форм гумористичного та сатиричного характеру на тему повномасштабного вторгнення Росії на територію України періоду лютий 2022–2023 років, що зібрані зі соціальних мереж TikTok, Facebook, YouTube та Instagram і месенджерів Viber, Telegram і WhatsApp.

Методологічної основою дослідження є комплексний підхід до вивчення сучасного українського воєнного фольклору. Предмет, мета та завдання роботи передбачають застосування таких методів дослідження:

компаративний – полягає у порівнянні та зіставленні різних зображуваних елементів (картинки, відео, тексти), які відображають воєнне сьогодення, проте з гумористичним підтекстом;

семіотичний та *текстологічний* – дослідження смислового навантаження форм і смислів елементів української мемної культури;

аналітичний – дослідження та аналіз джерельної бази задля розуміння впливу воєнного фольклору на сучасного українського інтернет-користувача;

а також *типологічний, функціональний, описовий* методи дослідження.

Структура роботи. Робота складається зі вступу, двох розділів, поділених на підрозділи, висновків, списку використаних джерел (40 позицій) та додатків. Загальний обсяг роботи – 57 сторінок, з них – 43 сторінки основного тексту.

РОЗДІЛ 1

МЕМИ ЯК ЯВИЩЕ СУЧАСНОГО КУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ

1.1. Вивчення поняття інтернет-мему

З появою спочатку кнопкових телефонів, а потім і смартфонів на початку другої декади ХХІ століття українці почали активно обмінюватися мемами. Час диктував свої умови і використовувати гаджет лише за прямим призначенням – для телефонних дзвінків – стало вже не модно. Люди потребували більше віртуального спілкування, більшого обміну інформації, появи нових способів комунікації. Саме так меми стали невід’ємною частиною міжособистісної комунікації українців.

Процес уведення мемів у повсякденний ужиток відбувся здебільшого під натиском молоді. Вже пізніше інформаційну хвилю підхопило старше покоління. Варто звернути увагу на те, що сучасний мем – це анекдоти в недавньому минулому, або гуморески, усмішки, співомовки, байки чи сатиричні пісні в давнину. Тобто інтернет-меми не є новим фольклорним явищем, це лише сучасна форма добре усіх відомих жанрів. У таких випадках кажуть: усе нове – це добре забуте старе.

Сучасний інтернет-мем є фольклорним текстом. Для того, щоб довести це, достатньо звернутися до навчального посібника Степана Макарчука, який у своїй праці сформував та описав основні ознаки фольклорного тексту: «характерними особливостями усної народної творчості...є усність і значущість пам'яті у творенні, побутуванні та переданні фольклорних творів, колективний характер народної творчості, невизначеність індивідуального авторства — анонімність: пов'язаність побутування і розвитку із певними народними

традиціями, усталеними стереотипами, естетичними нормами, формами, критеріями — тобто традиційність у поєднанні з поповненням у процесі виконання додатковими елементами — імпровізаційністю, чим у свою чергу зумовлюється і така специфічна риса, як різновидність текстів, мелодій більшості фольклорних творів — їх варіантність» [17, с. 409].

Меми підлягають під усі вищезазначені критерії. Хоча зазвичай першоджерелом є гаджет, і навіть кілька наступних передач відбувається через екран, проте далі будь-який мем набуває усності і обов'язково супроводжується вступними словами: «А ти вже чув/бачив новий прикол, де...?». А з часом спочатку візуальний фольклорний текст, тобто мем, перетворюється на усний жарт.

Побутування та колективний характер також притаманні сучасному фольклорному тексту. Доказом того може стати відома фраза українського військового, оборонця острова Зміїний: «Русский военный корабль, иди...» [13], яка вже стала всеукраїнським девізом. Тут прослідковується побутування: цю фразу в перші дні війни почали розмішувати на рекламних щитах по всій Україні, національні бренди почали випускати одяг (футболки, кофти, кепки) з цими словами, 12 квітня 2022 року Укрпошта презентувала та ввела в обіг перші в умовах воєнного стану поштові марки «Русській воєнний корабль, іди ...!» [37], а деякі громадяни навіть набивали тату зі славнозвісними словами (див. дод. А).

Колективний характер та варіативність апріорі присутні у всіх цих процесах виведення мему на побутовий рівень. Навіть у нашому інституті є приклади колективного створення та поширення сучасних фольклорних текстів, які є варіаціями вже крилатих жартів, або авторського продукту, що може підпадати варіативності ззовні.

Серед студентів Навчально-наукового інституту філології є дуже розповсюдженим самотійно робити стікери, присвячені окремим викладачам, або навіть кафедрам, гучним подіям у закладі, одногрупникам тощо. Студенти

Кафедри фольклористики не є винятком у цьому питанні. Ми маємо окремий Telegram-канал, де колективно розміщуємо мемні картинки про себе, про викладачів та про цікаві завдання, які подекуди завдають нам складнощів (див. дод. Б).

Анонімності кожен окремий інтернет-мем набуває з часом. Так, спочатку фольклорний текст розміщується на певній мережевій платформі від імені конкретного автора, якого можна ідентифікувати. Проте, по-перше, невідомо, чи ця людина зареєстрована під справжнім іменем, чи видає себе за когось іншого, навіть за неіснуючу істоту (так, сучасні можливості віртуального світу дозволяють це зробити). А, по-друге, у будь-якому випадку з часом мем губить свого автора, адже картинки, відео та тексти гумористичного характеру розповсюджуються необмежено: їх копіюють, зберігають, пересилають, інколи можуть видати чуже за своє. Цьому негативному процесу автор може запобігти, якщо нанести водяний знак на свій твір, але для користувачів зовсім немає значення авторство, тому що сьогодні кожна людина з почуттям гумору може стати творцем мемного фольклору. Куди важливіші ідея, сенс, посил – це те, що залишається в пам'яті.

Традиційність є невід'ємною ознакою сучасних фольклорних текстів. Разом з тим серед українських споживачів мемів є дуже розповсюдженим висміювати якусь традицію через сатиричні фольклорні тексти. Таким чином те, що раніше вважалося важливим або навіть необхідним, сьогодні може втратити свою цінність, оскільки користувачі подивилися на традиційне з іншої точки зору. Прикладом цього явища можуть стати мему про їжу. Споконвіку українці традиційно ставляться дуже поважно до харчів, не допускаючи ні вербальних, ні фізичних жартів з їжею. Проте, війна навчила ставитися до неї з більш іронічною конотацією, проте не насмішливою.

Темі жартів про їжу під час війни присвячена стаття Дар'ї Анцибор – української фольклористики, антропологині, кандидатки філологічних наук. Авторка пише: «Інколи їжа може розповісти про місце, час, обставини і людей

значно більше, ніж це можна висловити. Гастрономічний гумор формує нову реальність і нові контексти, визначає хто ми і чому ми такі. Ми жартуємо, щоб не було страшно, щоб відчутти спорідненість з іншими і щоб банально відволіктися» [7]. У цій роботі Дар'я Анцибор описує як їжа стала однією з основних тем в інформаційному просторі українців. Жарти про їжу стали маркером свого-чужого, стали синонімами до топонімів (Херсон – кавуни і томати, Мелітополь – черешня, Харківщина – оладки тощо), подекуди надали продуктам уособлення. Частина цих жартів може виходити за рамки української традиції. Тим не менш, висміювання в межах однієї традиції зумовлює появу нової, і саме цей процес заміни забезпечує невіддільність понять «інтернет-мем» і «традиційність».

Імпровізаційність – ще одна важлива ознака фольклору. Властивість імпровізувати з фольклорним текстом як ніколи раніше стала у нагоді в період повномасштабного вторгнення Росії на територію України. Зараз українці перебувають у постійному стресі. У таких умовах не кожна психіка витримує, тому нам просто необхідно знаходити можливість для виплеску емоцій. Такими емоціями може бути або гіркий плач, або гучний сміх; оскільки всі втомилися плакати, тому найкраще залишається реагувати на реальність сміхом.

Володимир Зеленський – сучасний лідер і представник українського народу – в одному зі своїх перших звернень до українців на початку березня 2022 року зімпровізував, взявшись рукою за мікрофон за стійкою [5, 38сек.]. Таким чином він показав, що його відеозвернення є реальним, а не змонтованим фейком, на відміну від Путіна, руки якого незрозумілим для фізики чином пересікали напівпрозорий мікрофон. Це була імпровізація від українського президента, яка згодом стала інтернет-мемом.

Разом з формою фольклорного тексту, змінилися й засоби його поширення та збереження. До початку XVIII століття фольклор фіксувався і зберігався здебільшого на папері, а передавався переважно в усній формі. З появою фото та відеокамер, а пізніше і звукозаписувальних апаратів, зберігати

та поширювати фольклорні тексти стало куди легше. Сьогодні існують гаджети – необмежені можливості записати, зберегти та поширити народну творчість.

З плином часу стародавні байки, сатиричні пісні, гуморески та усмішки вийшли з широкого вжитку, на заміну їх прийшли анекдоти. Ділитися текстами гумористичного чи сатиричного характеру стало дедалі легше. Достатньо було прочитати або почути смішний анекдот і переказати його в колі друзів, колег, родичів, які далі так само будуть його переказувати – повний цикл обміну фольклорним текстом здійснено.

На початку другої декади XXI століття меми стали на місце анекдотів. На спосіб поширення це мало вплинуло: на заміну паперових носіїв прийшли електронні пристрої, візуальне сприйняття тексту при цьому зберіглося, а далі незмінна усна форма поширення. Якщо раніше фольклорний текст у вигляді анекдотів зберігався в різних збірках, то зараз меми мають більше різномайття носіїв, зокрема настільні ігри (див. дод. В). «Інтернет-меми народилися на користувацьких форумах ще на початку нового тисячоліття, та справжнього поширення набули не лише після поширення Всесвітньої Мережі, але і з появою соціальних мереж. Вже після цього вони перемістилися на футболки та офісні горнятка, їх почали постити зірки та новинні ресурси, на них стали посилатися в кіно...А потому, у 2012 році, меми дісталися настільних ігор» [25].

Класифікацію, структуру та функціонування інтернет-мемів в окремих соціальних мережах досліджувала викладачка Львівського національного університету імені Івана Франка О. І. Дзюбіна. Слушними є її слова про те, що меми в інтернеті мають силу впливати на свідомість користувачів і, як результат, можуть стати продуктом пропаганди. Швидкість розповсюдження цієї інформації, звичайно, не залишає собі рівних, адже через соціальні мережі поділитися і зробити думку популярною дуже легко. Проте для успішного поширення маю бути виконана одна умова: «Емоційна насиченість мемів – це майже головний чинник їхнього поширення» [12, с. 376].

Сергій Чемеркін також спробував розібратися, що являє собою інтернет-мем. Учений розглядає спілкування в інтернеті під призмою карнавалізації, а мову в соціальних мережах – щось на кшталт гри; інтернет-мем виступає ігровим елементом. «Припускаючи, що інтернет-спілкування – це вияв такої карнавалізації, а мова в Мережі є чимось на зразок гри, можемо стверджувати, що одним із елементів такої гри виступає інтернет-мем» [39, с. 113] – так автор сформулював своє бачення відносно нового для наукової спільноти явища мема. У своїй науковій розвідці дослідник розглядає поняття мему з погляду всіх можливих значень. Тобто, на думку автора, мемом може бути як ідея, так і образ, навіть об'єкт матеріальної чи нематеріальної культури, який розповсюджується багатьма членами співтовариства, субкультури тощо.

«Мемами можуть бути мелодії, ідеї, модні слова, вирази, рецепти, способи будівництва тощо. Так само, як гени поширюються в генофонді, змінюючи один організм на інший, меми поширюються у свідомості людей шляхом імітації» [39, с. 115] – Сергій Чемеркін дотримується думки, що фактично мемом може бути будь-яка річ, яке несе у собі певну долю інформації і здатна залишитися у свідомості людини. Важливо зазначити, що мем є засобом поширення, зберігання та відтворення інформації. Якщо раніше такими носіями були лише усна народна творчість, то з появою новітніх технологій до них доєдналися інтернет-меми. Також із праці «Інтернет-мем – що це?» ми дізналися, що відтворюваність, єдність, неподільність і цілісність компонентів, що створює вислів, зворот, текст є основними ознаками мемів в мережі інтернет.

Тетяна Пода у своїй науковій статті розглядає інтернет-меми як сучасний феномен інформаційного суспільства. Як і попередній автор, філологиня так само вважає, що мережевим мемом може стати будь-що: «ідея, символ, манера або образ, який свідомо чи несвідомо передається від людини до людини через міміку, жести, відео, мову тощо» [31, с. 117]. Тобто знову головними умовами існування мемів постають їх здатність транспортувати інформацію і залишати її

у свідомості людини, хоч і на короткий час, адже авторка акцентує увагу на короткотривалості існування фольклору в інтернеті.

Окрім вищезазначених тверджень, у статті Т.Поди можна знайти таке речення: «В інформаційному суспільстві засилля мемів, які активно існують у блогах, чатах, на форумах, у рекламі, на телебаченні, у мові мільйонів людей, стало прихованим фактором формування громадської думки, тобто соціально-культурним явищем, яке впливає на формування суспільства» [31, с. 117]. Насправді ці рядки розкривають справжню цінність мемного мистецтва, яке на перший погляд здається простим, безглуздим, непотрібним. Дійсно помітним чи не дуже чином меми впливають не просто на свідомість окремого користувача, а на все громадянське суспільство. В українському інформаційному просторі це найбільше проявляється у політичній галузі. За останні роки жодна гучна справа пов'язана з політичним управлінням державою не проходить повз користувачів українського сегменту. Чи то вибори будь-якого рівня – місцевого самоврядування, Верховної Ради, Президента України – чи то прийняття законодавчих рішень, чи навіть призначення окремих посадових осіб – кожен такий подразник може стати приводом для появи нового інтернет-мему.

Жанна Денисюк спрямувала свій науковий інтерес на дослідження меметичності як визначальної характеристики сучасних комунікативних практик, що розгортаються в цифровому інтернет-середовищі. У своїй праці авторка визначає основні характеристики мемів, серед яких є: «мультиmodalність (поєднання різних модусів комунікації та передачі інформації – вербальні, візуальні, гіперпосилання, хештеги), інтертекстуальність (міжтекстові співвідношення), інтердискурсивність (відкритість тексту метасистемі дискурсу), що безпосередньо визначають їх полісемічну природу, яка пояснює формування змісту, є частиною їх перетворень та інтерпретацій» [11, с. 16].

Культурологиня, як і деякі попередні вчені, вважає меми текстами, що мають форму та зміст; ці тексти повинні виконувати експресивні функції в процесі комунікації. За рахунок того, що вони створюються, як правило, на основі попереднього культурного досвіду, то в результаті ці тексти вписуються в історичний і культурний контексти. Цікавою є думка дослідниці про те, що всі сучасні інтернет-меми є прецедентними, тобто мають свої прототипи в минулому. Погодитися з цим або спростувати складно, оскільки одного дослідження замало. Проте ми точно розділяємо авторські роздуми стосовно того, що меми, транслюючи культурну інформацію, безповоротно стають соціальним явищем, яке формує мислення, впливає на поведінку та громадські дії. На завершення: «Меми поєднують форми інтертекстуальності з елементами популярної культури, підкреслюючи динаміку реального та віртуального світу та стаючи інструментом онлайн-дискурсу, що надає користувачам відчуття прихильності до створення та участі в ньому та навіть впливу на інших» [11, с. 18].

Психологи Ян Чаплак і Галина Чуйко також звернули свою наукову увагу на поняття мему, а саме на його специфіку в сучасному інтернет-просторі. На думку дослідників мем являє собою цілісну систему, яка допускає певні мутації в процесі своєї реплікації, передачі, відтворення тощо, проте вони мають бути дуже незначними, щоб не зруйнувати мем в цілому. У цій праці вчені виділяють співвідношення інтернет-мему зі ситуацією, яку він відображає: мем повинен ретранслювати дійсність, змусити людину пригадати обставини, які стали приводом для його існування – це запорука довготривалого перебування мему в інформаційному просторі. «Меми набули такого грандіозного поширення, що майже припинилися дискусії з приводу того, наскільки це поняття наукове та наскільки правомірно вважати мемологію – наукою» [38, с. 347] – ось цими словами Я. Чаплак і Г. Чуйко підтверджують, що наше дослідження, як і їхнє, є актуальним і потрібним для науки.

Синхронію та діахронію поняття мему як комунікативної одиниці розглянув А. Рязанов. Автор датує початком активного розвитку мемів у сфері ЗМІ 2010 рік, а передумовою цьому, за його словами, стала заснованість інтернет-мемів на подіях реального життя. Далі науковець вивчає питання тривалості існування мемів: вони бувають довготривалими та короткостроковими. У випадку, якщо мем дуже швидко розлетівся і набув популярності, став вірусним, не маючи при цьому реального підґрунтя, то і забувається він швидко; якщо ж мем тривалий час набирає розповсюдженість, але має при цьому дійсну основу, то тривале існування йому забезпечене. Також Рязанов розглядає явище мема як унікальну інформаційну одиницю і робить висновок, що той є сучасним фольклором, а інтернет-меми є мережевим фольклором, з чим ми, звичайно, погоджуємося. «Мем і знак можна розглядати як тотожні поняття, адже вони позначають певний масив інформації, проте можуть вважатися такими тільки після розповсюдження та закріплення у свідомості адресатів» [32, с. 11] – як і кілька попередніх розглянутих нами вчених, автор наголошує на здатності мема закріплюватися у свідомості користувачів як його невіддільній властивості.

Вивчення поняття інтернет-мему ще перебуває на етапі розвитку, власне як і саме явище мемів в інтернеті – це паралельний і безкінечний процес. Зрештою, на завершення цього підрозділу хочемо звернути увагу на спільну наукову працю О.Оленіної та Ю.Пічугіної, котрі дослідили інтернет-меми українського походження в культуротворчій практиці сучасного суспільства. Поміж іншого авторки також виділяють короткий життєвий цикл мемів у мережі: спочатку вони губляться в комунікативному потоці, а зрештою можуть зникнути зовсім. Авторки відзначають інтернет як середовище зі сприятливими умовами для відтворення мемів, що фактично неможливо заперечити. Окрім зазначеного, учені визначили, що інтернет-меми можуть створювати не лише аматори, а й професіонали (рекламні фахівці, SMM- та PR-менеджери) з комерційною метою. Дійсно, сьогодні реклама з білбордів, стін та телебачення

значно перемістилися в соціальні мережі, де за допомогою популярних мемів можна просувати свій продукт.

О.Оленіна та Ю.Пічугіна не залишили без уваги й визначення самого поняття інтернет-мему: «пропонуємо під Інтернет-мемом розуміти одиницю культурної інформації, яка набуває форми лаконічної та потенційно популярної фрази, ідеї, символу, зображення, звуку або їх синтезу, реплікація якої відбувається через поширення у віртуальному середовищі, спонукаючи користувачів мережі копіювати (репостити) її» [27, с. 79].

1.2. Вітчизняні дослідження сучасних воєнних мемів

Дедалі більше українських науковців розглядають інтернет-меми як сучасний різновид фольклору. Оскільки народна творчість завжди була про актуальні події свого часу, то і війна Росії проти України внесла свої корективи у тематику фольклору в мережі інтернет; змінилися й наукові вподобання вітчизняних дослідників. Сучасний воєнний фольклор вийшов за межі інформаційного простору соціальних мереж і став предметом вивчення філологів, культурологів, соціологів, психологів та ін.

Філологиня Ольга Кирилюк у 2020 році дослідила мову мережевого фольклору як засіб опору інформаційній агресії. Ось що говорить авторка: «В умовах інформаційної війни є запит суспільства на створення текстів, які підіймають моральний дух і нівелюють негативний вплив ворожої пропаганди. Саме постфольклорні тексти стають таким способом мовного й ментального опору» [20, с. 36]. Дійсно, сучасні фольклорні тексти у мережі інтернет мають колосальне значення для українського користувача. На перший погляд здається, що це лише картинка з текстом або відео, які не несуть ніякої користі для суспільства, але завдяки таким дослідженням стає зрозуміло, що кожен мережевий мем залишається у свідомості свого споживача і провокує його до ментального опору ворожій пропаганді.

Майбутня перемога української нації залежить не лише від зброї чи фінансів (що є, безумовно, необхідним), які отримує держава Україна, тут важливою є і ментальна перевага над ворогом. Повернення України до державних кордонів 1991 року стане великою перемогою, але цьому передувала низка маленьких звитяг, а саме домінація українського мислення. Значною мірою це залежить від того, яку інформацію отримує користувач медіа – телебачення, інтернет, преса тощо. Тож доречним буде зазначити, що завдяки правильній подачі потрібної інформації українське суспільство залишається стійким і здатним відбивати не лише збройні наступи противника на фронтових напрямках, а й протистояти йому в мережі: «Моральна стійкість суспільства залежить від інформації, яку воно щодня отримує» [20, с. 35].

Мем як інструмент інформаційної війни розглядала політологиня Ольга Смола. Авторка встановила, що меми стали інструментом демонстрації соціальних протиріч та елементом інформаційної війни. Науковиця роздумує над трактуванням мемного явища, яке може бути як образом, ідеєю, символом, дією, так і будь-якою культурною інформацією, яку скопіювала одна людина від іншої. Також мем може бути потрактований як: «колективне несвідоме в момент набуття словесної та візуальної форми; спеціально створене інформаційне повідомлення, яке поширюється в інформаційному просторі та призначене для формування необхідної картинки світу людини та прийняття відповідних рішень» [34, с. 91].

На думку О. Смоли мем здатний впливати на свідомість його носія, сприйняття дійсності, спонукає роздумувати і, за потреби, діяти. Якщо інтернет-мем або інший матеріальний фольклорний текст користується популярністю та відгукується в суспільній свідомості, то з часом він перетворюється на загальнозрозумілий символ і, як результат, впливає на реальність, ба більше трансформує її. Наприкінці основної частини свого дослідження авторка висвітлила цікаве і важливе твердження: «Російсько-українська війна загострила та розширила коло питань, що пов'язані зі

специфікою ведення інформаційно-психологічних воєн та комплексу дій, спрямованих на досягнення військово-політичних цілей без широкого застосування військового чинника» [34, с. 93]. Дослідниця має рацію, що в час технологічного розквіту й інформаційного безліміту воєнні конфлікти розв'язуються і вирішується не лише застосуванням зброї, а й інформаційно-психологічними операціями.

Психологині К.Мілютіна і Н.Садівнича розглядають меми в широкому розумінні як стратегію подолання війни. Дослідниці дали своє визначення поняття мему – структурної одиниці значимої соціокультурної інформації, що здатна еволюціонувати, видозмінюватися, перетворюватися і адаптуватися; їхній термін є унікальним, хоча й попередні вчені, на яких ми посилалися, вказували на «одиницю інформації». На думку авторок головним критерієм, за яким можна розпізнати мем, є його здатність до поширення. Звичайно, мем не народжується самотійно, для цього необхідна людина, в якої виникла будь-яка ідея, якої вона хоче поділитися зі соціумом.

Як і будь-який мистецький продукт, меми перебувають у постійній боротьбі за виживання у сприятливих умовах – субстраті соціуму. Мілютіна і Садівнича у своїй праці згадують і про меметику (наука, що вивчає меми). Відповідно до цієї інституції меми розглядаються як структура подібна до вірусу, в якої на меті перманентне розмноження та закріплення у свідомості представників суспільства. З появою інтернету відбувся перехід більшої частини соціокультурної інформації до мережі, цей процес не обійшовся без змін для мемів. Якщо конкретніше, то змінилася швидкість, з якою тепер меми з'являються і зникають.

Завершують свою спільну роботи авторки словами: «Особливістю сучасних мемів є й їхнє поширення. Якщо раніше вони зустрічалися лише в неофіційному спілкуванні в соціальних мережах, то зараз меми (переважно текстові) зустрічаються на офіційних сторінках державних інформаційних ресурсів. Меми зайняли своє місце у пропаганді та інформаційній війні, схоже

на те, яке займали карикатури у часи другої Світової війни» [26, с. 126]. Справді, інтернет-меми змінили місце свого розповсюдження.

Раніше ми вже згадували, що меми перемістилися з фізичних носіїв у віртуальний світ і цим дуже вдало скористалися маркетолог. Нині інтернет-меми пішли ще далі: тепер ними користуються і політики, і посадовці, і державні установи – наразі це дієвий спосіб донести інформацію на загал лаконічно та доступно. Прикладом цього може стати Керівник Офісу Президента України Андрій Єрмак. Активні користувачі месенджеру Telegram помітили, що він у своїх повідомленнях часто використовує не слова, а стікери (які також є різновидом інтернет-мемів). Це доволі цікавий хід з декількох причин. По-перше, раніше такого способу спілкування з населенням ніхто не використовував, тому Андрій Єрмак вже закарбував себе у пам'яті мережевих користувачів як новатор. По-друге, люди вже втомилися від читання текстів, а так стікери виступають певним ребусом – у користувачів з'являється інтерес його розгадати. По-третє, це хороший спосіб розділити читачів на свій-чужий: вороги, які необізнані внутрішньодержавними справами України не зможуть відразу здогадатися про що мова, інша справа – українці, які вже звикли до подібної форми сповіщення і таким чином без зусиль сприймають потрібну інформацію (див. дод. Г).

Олег Черниш у травні 2022 року представив статтю на тему «Гумор проти ракет. Як Україна жартує під час війни». У той час, коли російські військові обстрілюють українські міста і села ракетами, мешканці цих населених пунктів сидять у бомбосховищах, у підвалах, у погребях, у ванних кімнатах і висміюють недолугість ворога. Звучить парадоксально для іноземців, для наших предків, для нащадків, але не для сучасних українців – такою є наша реальність.

Нищити моральний стан ворога безсумнівно геніальна ідея, а з точки зору ведення війни, мабуть, і необхідна, проте України є новатором у цій справі. За словами автора статті такі методи використовували США і СРСР під час Другої

світової війни. Тоді американські та радянські мультиплікатори створили образ качки – прототипа Гітлера – задача якої була висміяти фашиста-диктатора, підняти дух своїх бійців і послабити ворожі настрої. Сьогодні за тим же принципом діє українське суспільство, щоправда не професіонали із поставленою задачею, а звичайні люди, які через створення і публікування мемів про переможених росіян намагаються утримати власний бойовий дух. Варто відзначити, що це виходить дуже успішно. Ось як про це говорить Черниш: «Українці доволі швидко призвичаїлись і опанували головний елемент сучасного інтернет-фольклору – меми. Зазвичай це картинка з короткою фразою чи простим малюнком, яка висміює подію чи персонажа, використовуючи відомі і поширені символи. Такий гумор доволі жорсткий або навіть "чорний"» [40]. Поміж іншого автор статті зазначає, що найбільше перевага гумору в інтернеті – його доступність: фактично будь-який користувач соціальних мереж і месенджерів, що має почуття гумору і базові навички роботи у фоторедакторах, може за лічені хвилини зробити свій вдалий мем.

Журналістка Анастасія Шкрюба разом з експертами – психологинею, психотерапевткою, членкинею Асоціації психологів України та Української спілки психотерапевтів Катериною Романішиною та кандидатом психологічних наук, асистентом кафедри експериментальної та прикладної психології Київського національного університету ім. Тараса Шевченка Іллею Ягієвим намагалися розібратися чому жартувати на часі та як гумор береже нашу психіку. Експерти говорять, що з еволюційної точки зору сміх — це реакція на небезпеку, певний індикатор загрози, а жарти допомагають їхнім реплікаторам почувати себе захищеними. Зі слів психологів- співавторів статті сміятися за цих складних часів не лише припустимо, а навіть необхідно, проте варто стримувати емоції в межах етичних норм. Більше того, тривале стримування емоцій може призвести до перевантаження психіки і, відповідно, проблем з нею.

«Нині ми переживаємо неймовірно кризову ситуацію, тож наш організм активізує механізми захисту, одним із яких є гумор» [41] – стверджують експерти. Створення та поширення мемів допомагає українцям дистанціюватися, подивитися на ситуацію зовні, критично проаналізувати та усвідомити те, що відбувається. «Гумор за своєю сутністю передбачає численні інтерпретації — це допомагає змінити погляд на стресову ситуацію, оцінити її з нового та менш загрозливого боку. Як наслідок, після жартівливої переоцінки ситуація стає не такою напруженою і більш керованою. Отож, меми — це нині наша інформаційно-психологічна зброя» [41]. Окрім вищезазначеного, є ще дуже важлива функція мемів – об'єднувальна. Меми мають колосальне значення для групових процесів, адже коли вони стають спільними, зрозумілими загалом, це створює відчуття приналежності кожного окремого члена соціуму до певної групи, тобто людина опиняється серед своїх, відчуває підтримку.

Наостанок експерти-психологи пояснюють, що у мирному житті чорний гумор, яким сповнені інтернет-меми, може бути не завжди доречним, але за часів повномасштабної війни Росії проти України він дуже на часі. Тепер гумор в інтернеті – це легальний спосіб проявити агресію до ворогів, які не лише гинуть на фронті, але й ведуть інформаційну війну в соціальних мережах.

Висновки до розділу

Отже, в цьому теоретичному розділі було розглянуто на якому етапі перебуває вітчизняне вивчення поняття інтернет-мему та сучасних воєнних мемів присвячених темі повномасштабного вторгнення Росії на територію України. 24 лютого 2022 року розділило життя всіх українців на до та після, змінило приводи для хвилювання, теми для розмов, навіть мислення – змінилося буквально все, відповідно, і продукти творчості. Оскільки меми є сучасним фольклором, місія якого відображати наше життя в мистецтві, то змінилося і їхнє обличчя. Мережевий фольклор, що нещодавно висміював

буденність карантину і всіх похідних від пандемії явищ, тепер глумиться над ворогом-росіянином.

Без сумнівів можна заявити, що меми займають важливу частину в нашому житті, адже вони є показником ментального супротиву, індикаторами свій-чужий, допоміжними для психіки засобами у критичних ситуаціях. Саме тому поняття воєнного мему стало цікавим для науковців, бо є попит у суспільстві. У працях, які ми аналізували вище, помітно, що українські дослідники абсолютно серйозно ставляться до мемів (хоча саме це поняття зовсім не про серйозність), до їх термінології, різновидів, функцій та впливу на користувача. Незважаючи на те, що меми є відносно новим явищем для науки в Україні, список зацікавлених вчених і розглянутих тем вже є досить великим. Тим не менш, як і будь-яке інше наукове питання, українські інтернет-меми воєнної тематики потребують подальшого вивчення.

РОЗДІЛ 2

МЕМНА КУЛЬТУРА: АКТУАЛІЗАЦІЯ, ФУНКЦІОНАЛЬНЕ І СМИСЛОВЕ НАВАНТАЖЕННЯ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРИ ПЕРІОДУ ПОВНОМАСШТАБНОЇ ФАЗИ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ

2.1. Вплив воєнних мемів на українського користувача

На перший погляд здається, що сучасний мережевий фольклор (тобто інтернет-меми) – несерйозна форма спілкування, але на практиці це не так. Меми мають колосальне значення: вони є не лише засобом комунікації в соціумі, але й здатні впливати на людську чи навіть колективну свідомість. За останній рік меми вийшли на новий рівень: вони стали невід’ємною частиною переписок у месенджерах, засобом притягнення уваги у медіапросторі, ефективним способом для іноземців підтримати Україну в соціальних мережах тощо. Тож у цьому розділі буде розкрито та проаналізовано вплив сучасних воєнних мемів на українських користувачів.

Перед тим як почати аналізувати сучасні воєнні інтернет-меми та їх поточний вплив на український соціум, потрібно розглянути якими були меми до вторгнення Росії у березні 2014 року, наслідком яких, у тому числі, стала війна між Україною та РФ. Спочатку війна захопила мирне життя мешканців Донбасу, історичного українського регіону, і, на жаль, далеко не всі тамтешні жителі були проти. Тут потрібно розібратися: чому ж так трапилося, що на Сході України проживало так багато проросійських українців, що посприяло їхнім поглядам, на чому ґрунтувалося їхнє світобачення. Звичайно, причиною

зросійщення донеччан та луганчан (варто зауважити, що проросійські представники населення є не лише на Донбасі, але там найбільша їх концентрація) стали меми.

Як вже було визначено у першому розділі, що мем не лише про смішні картинки в інтернеті, – це «одиниця культурної інформації, поширювана від однієї людини до іншої за допомогою імітації, навчання тощо» [23]. Книги, фільми, музика, медіа – усі джерела інформації є виробниками та розповсюджувачами мемів. Питання полягає в тому, яку інформацію споживали мешканці східного регіону України від моменту проголошення незалежності у серпні 1991 року до вторгнення РФ у квітні 2014. Потрібно визнати, що держава на чолі з русофільною владою не займалася просвітництвом та українізацією Донбасу. Процес формування світоглядної системи донеччан та луганчан відбувався за течією, безконтрольно і безініціативно з боку українського уряду, і російська влада цим скористалася.

Наприкінці 1990-х років і в першій декаді 2000-х рр. Росія почала вести активну приховану політику відносно мешканців Донбасу. Варто визнати, що робили вони це на досить професійному рівні, частково приховано, але ефективно. У Донецькій та Луганській областях, які розташовані найближче до держави-терориста, продавали російську літературу, заохочували використання російської мови, розповсюджували російську музику і кінокартини, або іноземні фільми з російським дубляжем тощо. У той час український кінематограф майже перебував на паузі (або виходили дуже бюджетні низькосортні картини), українську літературу витісняли російські автори, тому деякі українські письменники навіть не намагалися конкурувати, української мови ніхто не вимагав, ще навіть не було наративу «какая різниця?» – таке питання просто не існувало. Ситуація з музикою була куди краще: «Океан Ельзи», «Скрябін», Ірина Білик, «ТНМК», Руслана, «Воплі Відоплясова», Наталя Могилевська, Юрко Юрченко та інші випускали хіти українською мовою, які стали обличчям тогочасної культури та успіх в українській

аудиторії, але і російська музика була популярна в Україні. Таким чином російський продукт заповнив свідомість українців на Донбасі, на його основі почали з'являтися меми.

Меми наприкінці 1990 – початку 2000 рр. на Донбасі, як і в решті регіонах України, – це цитати із популярних російських фільмів, портрети головних героїв, мелодії заголовних пісень тощо, які передавалися з уст в уста, викликали емоції захоплення, бажання наслідувати. Пізніше кіно та книги витіснили соціальні мережі, серед яких найпопулярнішими у 2000-х були російські «Однокласники» та «ВКонтакте». Від цитування класиків у традиційному мистецтві люди перейшли до обміну мережевими мемами в переписках, а слухачі та читачі тепер стали інтернет-користувачами, споживачами контенту. А оскільки в більшій мірі на Сході нашої країни переважав російський контент, ми отримали кілька мільйонів русифікованих українців, а Росія досягла своєї мети – захопила свідомість, тож з обережністю заявляємо, що російсько-українська війна була неминуча.

Про те, якими були шанси залишитися справжнім українцем на Донбасі та про значення мемів у формуванні світогляду написав Денис Казанський, український журналіст родом із Донецька. Автор у своїй роботі детально описує методи, якими РФ роками окупувала мислення місцевих жителів, також про ведення не лише збройної війни, а й інформаційної. Ми погоджуємось з Д. Казанським, що Росія тривалий час перемагала останню, але не сьогодні.

Починаючи з 2014 року наші митці почали українізувати себе та свої аудиторії: артисти стали випускати пісні українською мовою з етномотивами, режисери взялися реанімувати українське кіно, поруч з Ліною Костенко та Сергієм Жаданом почали з'являтися імена нових українських письменників. 24 лютого 2022 року стало не лише початком жорстокої повномасштабної війни РФ проти нашої країни, але й приводом для українців перезапустити своє інформаційне середовище. У ТікТок зникли російські відео та російськомовні

українські відео (не повністю, але лівова частка), російські артисти тепер не цікаві українському YouTube, в Instagram українські блогери почали викладати контент державною мовою, а переписки в Telegram, Viber і WhatsApp нині містять лише українські меми.

«Справжня незалежність від Росії настане тоді, коли українські громадяни перестануть цитувати російських кіногероїв і пересилатимуть одне одному в соціальних мережах українські меми» [19] – слова Д. Казанського зі статті «Війна та меми», які були надруковані ще у 2018, але описують наше сьогодення. Зараз процес тотального від'єднання українських культури й інформаційного простору від російського перебуває на своєму піку, але попереду ще багато роботи як для медійних діячів, так і для інтернет-користувачів, адже російський імперіалізм так швидко не покине спроб захопити свідомість українців.

Існує ще один різновид мемів – фейки; це невід'ємний і традиційний атрибут російської пропаганди. Якщо на Донбасі спрацювало все, що продукувала Росія (від телевізійних новин і преси до кіно, музики та книг), то в інших регіонах України ефективними виявилися лише пропагандистські фейки. Цю думку підтверджує і одна з авторів інтернет-видання PressA Л. Бровко: «Країна-терористка РФ надзвичайно послідовна в пропаганді, використовуючи для неї всі наявні методи й інструменти. Меми — теж інструмент пропаганди у смисловій війні. / І на жаль, вони мають величезний вплив не тільки на росіян, а й на українців. Останні змінюють свої орієнтири, намагаючись довести самим собі приналежність до чогось кращого, вищого, давнішого. Наприклад, до Русі, хибно вважаючи Росію її спадкоємицею» [9]. Російська влада на чолі з Путіним через так звані «рупори кремля» – пропагандистів – обманює свій народ, при чому вони нічого нового не вигадують – вони просто беруть факти і переказують їх прямо протилежно оберненими до дійсності. Варто визнати, що, на жаль, це спрацювало: їм вдалося налаштувати своє населення проти українців і навіть деяких українців зацікавити підтримувати «руський мір».

Проте більшість українців – це свідомо сучасна нація з проєвропейськими та прозахідними поглядами, які мають імунітет до російських пропагандистських фейків, тому в їхньому мисленні немає і, після пережитого, ніколи не буде ілюзій стосовно «братських народів».

Все не так погано і за правильного використання меми можуть бути справжньою терапією для перевантаженої психіки. 24 лютого 2022 року розділило життя якщо не всього світу, то принаймні українців на до та після. До російська культура була занадто інтегрована в наш інформаційний простір, до нам здавалося, що війна масштабів Другої світової неможлива у XXI столітті, до ми не знали, що інтернет-меми здатні буквально рятувати психіку в критичних ситуаціях. Але тепер ми знаємо, що нас чекало після, а саме: ракетні удари росіян-терористів по житлових будинках, масові вбивства, геноцид українського народу, перебування у тотальному блекауті, окупація. Разом з тим відбувся й ряд позитивних подій: відмова від усього російського (від пам'ятників і назв вулиць до музики і мемів), потоплення крейсера «Москва», підключення України до європейської енергосистеми, перемога українського гурту «Kalush Orchestra», звільнення Херсону, ізоляція РФ від цивілізаційного світу. Усі хороші і погані події (але не трагічні, зауважуємо) супроводжувалися появою нових, актуальних до теми, воєнних мемів.

Хороші події набирають ще більшого розголосу та захоплення, коли люди обмінюються мемами про них, а погані здаються не такими страшними. Найпершим мемом у час повномасштабного вторгнення Росії в Україну стала фраза українського прикордонника на острові Зміїний: «Русский военный корабль, иди...» [13], якою герой відповів росіянам на пропозицію здатися. Тоді ще ні українці, ні автор вислову не знали, якої популярності набере це красномовне речення. Можна сміливо заявити, що ця фраза почасти вплинула на подальший хід війни та на ініціативність з боку України.

Є багато причин стверджувати, що посил українським прикордонником російських загарбників став вирішальним. По-перше, у той момент

прикордонник задав бойовий настрій усім українцям, адже в такій стресовій ситуації ніхто не знав і не розумів план дій, по-друге, оборонець острова чітко дав зрозуміти ворогу, що тут їх ніхто не чекав і з квітами зустрічати не збирався, по-третє, це стало потужним сигналом для міжнародної спільноти, що Україна буде чинити опір. Роман Грибов, саме так звали військовослужбовця, вказав напрямок росіянам, якому, власне, вони почали слідувати від звільнення Київщини на початку квітня 2022 року, до деокупації Херсону у листопаді того ж року і надалі буде так до повної перемоги України. У березні 2022 року в українських містах почали масово з'являтися рекламні щити з написом «Русский военный корабль, иди...» [13], потім національна марка Укрпошти з тими ж словами, поява великої кількості інтернет-мемів з гаслом про російський корабель – це гасло стало культовим виразом, сучасним девізом українського народу.

Фраза Романа Грибова допомогла українцям оговтатись, повірити у себе та своїх співвітчизників, згадати в решті решт, що вони є нащадками вільних козаків, які ніколи не боялися ворога, а давали відсіч. Цікаві деталі цієї історії розкриті в статті Марії Спалек: «Фраза стала легендарною ще й через свій пророчий зміст, адже крейсер «Москва» був підбитий українською ракетою 13 квітня 2022 року, наступного дня після виходу знаменитої марки. З цього приводу «Укрпошта» випустила другу марку „Русский военный корабль... всьо “» [35].

Український інформаційний простір не обмежився лише однією культовою фразою про корабель – «Доброго вечора, ми з України» доповнила цю міні-колекцію крилатих висловів. «Фраза походить з однойменного треку діджеїв ProBass і Hardi, який вони записали у жовтні 2021 року. У музичній композиції це єдині слова, які промовляє Марко Галаневич із гурту „ДахаБраха”» [35] – розповідає Марія Спалек у своїй науковій розвідці. Незважаючи на те, що цей вираз з'явився за кілька місяців до повномасштабного вторгнення Росії на територію України, справжню

популярність він здобув уже під час великої війни. Цьому посприяв голова Миколаївської обласної військової адміністрації Віталій Кім, який кожне своє відеозвернення до мешканців області та українців в цілому починав з «Доброго вечора, ми з України», замінюючи друге слово на відповідний час доби. Окрім слухного привітання, політик використовував свій впевнений характер та спокійний настрій для заспокоєння глядачів, і йому це вдавалося. За короткий термін Кім разом із крилатою фразою-вітанням стали символами спокою, виваженості, бойового настрою – іще один мем позитивно вплинув на українців.

До аудіальних мемів ще належить слово «паляниця»; відео з народним депутатом Верховної Ради України Олексієм Гончаренком, який напередодні повномасштабного вторгнення РФ звертається до росіян з попередженням: «Добро пожаловать в ад!» [6, 1хв. 58сек.]; тимчасово забута з кінця 1990-х рр. фраза Верки Сердючки: «Геть з України, москаль некрасивий!» [4, 4хв. 17сек.]. Унікальність «паляниці» полягає в тому, що вона має бінарний вплив на тих, хто її чує: в українців це легендарне слово викликає почуття гордості, захоплення собою, бо, як виявилось, не так і легко вимовити ці вісім літер, а на ворога українська здоба наганяє відчай і страх, відчуття неспроможності зробити елементарну дію – вимовити коротке слово. Як і перші дві фрази описані у цьому підрозділі, слова Олексія Гончаренка стали натхненням для українців, наснагою битися, вірою в сили нашої армії. Зрештою, це також спрацювало, але як і всі інші мему «Добро пожаловать в ад!» [6, 1хв. 58сек.] залишилося в мережевих архівах та у пам'яті вдячних українців, які поширювали слова у перші дні великої війни, підтримуючи одне одного. Винятковість фрази Сердючки полягає в тому, що вона стала подвійним мемом, адже 10 квітня 2022 року українська співачка Jerry Heil випустила пісню з однойменною назвою [1]. Колись ці слова були просто жартом, який викликав сміх. Тепер цей рядок набув нового сенсу – чітко і коротко висловлює ставлення українців до росіян без жодного сміху. Окрім решти, пісня Jerry Heil

стала дійсно популярною в українському YouTube, що підтверджує її позитивний вплив на слухача.

У порівнянні з аудіальними мемами, візуальних набагато більше, хоча за будь-яких обставин тексти, картинки чи відео з часом набувають усної форми. Одними з перших такими інтернет-мемами стали картинки про збиття ворожих безпілотників банкою з консервацією (огірки, помідори тощо), світлини з образними бабусями, які трукать окупантів пиріжками або спляють їх у туалеті, зображення з вбитими загарбниками під соняшникам (тут відсилка до відео, де українська жінка радить ворожим солдатам набирати насіння у кишені, щоб те проросло, коли вони поляжуть в Україні). Усі ці меми в різноманітних варіаціях мали колосальний вплив на українське суспільство – вони давали віру, що не обов'язково бути професійним озброєним військовим з багаторічним досвідом, аби подолати ворожу навалу. Українці збагнули, що звичайна людина з бажанням захистити своє здатна це зробити – достатньо мати хоробре серце, почасти креативне мислення і щось важке або смертоносне під рукою – перемогу гарантовано.

Пізніше з'явилися інтернет-меми про ромів, які забирають розбиту ворожу техніку до свого господарства. І тут йдеться зовсім не про жадібність чи крадіжку – це допомога комунальникам прибрати місцевість після бойових дій, а також інвестиція: виручені кошти із здачі металобрухту можна віддати на потреби Збройних сил України. З цієї серії мемів українці зробили висновок, що будь-яка ситуація має дві сторони медалі, і навіть в максимально негативних ситуаціях можна знайти позитивні рішення, винести урок на майбутнє.

Ключову позицію займають меми про українських та іноземних політиків. Найпопулярнішим політичним персонажем в українській мемній культурі є, звичайно, Президент України Володимир Зеленський, який не забуває своє артистичне минуле і доволі часто на офіційних заходах влучно жартує, що за лічені години стає вірусним мемом в мережі інтернет. Проте не

тільки жартами: сам образ Зеленського як хороброго лідера надихає користувачів робити про нього схвальні меми. «Можливості Президента українцям були відомі ще до його обрання на посаду, хоча у багатьох громадян були побоювання, що він може запанікувати в цій непростій ситуації. Та Президент обрав зброю замість таксі, а громадяни країн-союзників почали мріяти про такого ж харизматичного лідера» [21] – пише Роман Кириченко. Наш президент має справжнього друга, партнера України і регулярного поплічника в мемному середовищі Бориса Джонсона – колишнього прем'єр-міністра Великої Британії. Користувачі часто жартують про його зачіску, невимушеність в поведінці та про їхню із Зеленським справжню дружбу. «Особливо дружні стосунки склалися із Великою Британією і її прем'єр-міністром Борисом Джонсоном. Саме Джонсоном (як по доброму називають його українці) став улюбленцем аудиторії та головним героєм милих мемів» [33] – такої ж думки і журналістка Тетяна Самарук. Створення та поширення мемів про цих двох провідних політиків позитивно впливає на українців, оскільки люди відчують підтримку, захищеність та спокій. Коли українці бачать тандем Зеленського і Джонсона, то здається, що перемога України вже сталася і залишилися лише формальності.

Володимир Зеленський та Борис Джонсон є позитивними персонажами в українському мемному середовищі, які мають своїх антиподів – це сумнозвісна пара Владіміра Путіна і Александра Лукашенка. У цьому випадку українці не шкодують часу та креативу – хочуть якомога сильніше принизити ворожих лідерів, зменшити їх значимість у світовій політиці. Парадоксально, але ці негативні персонажі також позитивно впливають на свідомість українського користувача, адже створення глузливого мему про ворога є способом помститися: замість того, щоби виплескувати негативні емоції і витратити сили на прокльони ворога, краще висміяти його в мережі. Такий спосіб помсти збереже ментальне здоров'я і задовольнить внутрішнє его.

Невід’ємною частиною сучасного українського воєнного фольклору є меми про повітряну тривогу та вимкнення світла. Перший випадок без жартів може призвести до трагедії, над чим неможливо сміятися, з другим випадком простіше – життю нічого не загрожує. Тим не менше, українці навчилися жартувати над будь-якою негативною ситуацією. Чи добре це чи ні – покаже час, але меми точно лікують порушену психіку, навіть легенька посмішка від побаченої картинки (відео або почутої комічної пісні) збереже кілька нервових клітин.

Під час повітряної тривоги можна сміятися над невмілою роботою ворогів або над тим як вони відчайдушно реагують на неперевершену роботу української протиповітряної оборони. Меми про вимкнення світла мають ширший спектр можливостей: тут можна посміятися і з безнадійності росіян, як вперто чекають, що Україна ось-ось здасться; про спілкування з працівникам ДТЕК; про намагання встигнути за кілька годин зробити те, що раніше робили протягом доби; про дедлайни на роботі, які постійно горять тощо. Краще б українцям усі ці навички не знадобилися, але життя поставило нас в нові складні умови, які вимагають знаходити краплю позитиву в усьому, щоб зберегти своє ментальне здоров’я.

2.2. Структура сучасного українського воєнного мему

Як і будь-який культурний елемент, кожен окремий мем є унікальним за своєю природою. До кожного з них можна створити варіацію, або пародію, або антипод чи продовження історії, при цьому такі твори будуть єдиними у своєму вигляді. Проте всі ці одиниці культурної інформації будуть об’єднані структурою. Всі сучасні інтернет-меми створюються за певним шаблоном чи формулою: «Однак аналізуючи прецедентні тексти останніх років, ми зауважили, що в багатьох мемах можна виокремити певну сталу (повторювану) частину, формулу, та змінну, залежну від контексту. Сталим може бути як візуальний, так і вербальний субтекст» [18, с. 94] – так про це

явище говорить провідна філологиня Ярина Закальська. Оскільки на сьогодні в українській меметиці немає чітко визначеного списку основних структурних елементів інтернет-мему, то в цьому розділі ми запропонуємо свій.

Проглянувши та проаналізувавши кілька сотень (див. дод. Г) інтернет-мемів, ми виділили такі основні їхні структурні елементи:

- кольорова гама;
- шрифт;
- лаконічність висловлювання;
- картинка-асоціація;
- гумор.

Звичайно, цей список може поповнюватися новими науковцями, проте на сьогоденному етапі вивчення сучасних українських воєнних мемів ми виділяємо саме ці позиції.

Кольорова гама. Перше, що бачить користувач мережі інтернет, – це колір. Кольорова схема має бути вибудована таким чином, щоб за долю секунди зацікавити глядача і змусити його зупинитися на щойно побаченому відео, сайті, картинці, тексті тощо. З мемами все працює так само. Зараз мережа переповнена мемами, і якщо раніше люди намагалися ознайомитися з кожним, подивитися, прочитати та запам'ятати його, щоби бути в курсі сучасних тенденцій та випадково не загубити щось цікаве, то зараз глядач сам обирає, про що він хоче дізнатися. А обере він те, що сподобається йому з першого погляду, тому дуже важливо правильно підібрати кольорову гама для кожного окремого мему.

Яскравість та контрастність є запорукою успішного інтернет-мему. Глядач не має вдивлятися і намагатися розібрати зображення – це призводить до дратівливості і небажання продовжувати читати цей конкретний мем. Якщо картинка буде однотонна або пастельна, то сучасний користувач просто не зверне на неї увагу – кольори мають бути яскравими. Разом з тим це не повинна

бути сліпуча пляма, яка напружує зір – має бути контраст між фоном та текстом, чи стікером, чи символом, чи зображенням. Бажано, щоб кожна деталь була виділена окремим кольором, тоді глядачу буде легше сконцентруватися на змісті побаченого мему, а не на доцільності його оформлення.

Другим важливим структурним елементом інтернет-мему є шрифт. Він передає настрій картинки, підкреслює емоцію, дає зрозуміти з яким посилом автор створював цей фольклорний текст. Якщо мем подається з позитивною конотацією, розповідає про щось приємне і прекрасне, то й шрифт має бути більш прописним, плавним, тонким, переважно із заокругленими геометричними формами. Якщо ж мем розкриває негативні явища, спрямований викликати неприємні відчуття страху чи відрази, то й шрифт має підхопити і передати такий настрій. У цьому випадку краще застосовувати різкі стилі, жирні розміри, загострені геометричні форми – все те, що підкреслить негативний вміст мережевого фольклору. Третьою і останньою категорією є меми з нейтральною конотацією – коли автор не ставить собі за мету змусити споживачів щось відчувати. Це можуть бути меми на історичну чи наукову тематику, про документальні чи автобіографічні фільми, про цікаві факти, про актуальні події тощо. У такому разі меми спрямовані проінформувати, а користувач уже сам проаналізує побачене відповідно до своєї світоглядної системи. До речі, сучасні українські воєнні меми можуть належати до кожної з перелічених категорій: мова про щось прекрасне і позитивне – це, наприклад, перемоги української армії; негативні явища – це черговий фейк з боку російської пропаганди; нейтральний настрій – це виклад фактичного матеріалу про поточні події на фронті.

Лаконічність висловлювання є одним з ключових структурних елементів інтернет-мему воєнної тематики. Якщо колір пройшов цензуру в голові мережевого користувача, то далі його увага концентрується на кількості тексту. Зазвичай люди свідомо пропускають картинку, на яких багато, буквально, слів. Забагато тексту означає більшу витрату часу на його прочитання – це лякає

користувачів, адже навіщо читати один великий мем, якщо за стільки ж часу можна спожити п'ять маленьких (людині здається, що так вона отримає більше знань, хоча їхня якість часто сумнівна). Тож при створенні чи поширенні мемів варто зважати на кількість тексту на них: якщо людина хоче поділитися важливою інформацією, то краще це робити у максимально стислій формі, тоді більше шансів на її популяризацію в мережі.

Поруч із кількістю тексту виділяємо і стиль його подачі – художня або надто літературна форма тут зовсім не потрібна. Варто уникати однорідні члени речення, вставні конструкції, непопулярні наукові слова – все те, що ускладнює сприйняття основного змісту користувачем, розсіює його увагу. Ще хорошим прийомом є використання не літературної, а народної мови (йдеться не про суржик, а про спрощену форму спілкування, навіть використання лайки за необхідності). По-перше, це нівелює бар'єр між автором та глядачем, по-друге, коли людина контактує з фольклорним текстом, що оформлений в близькому для неї стилі, вона відчуває свою приналежність, єдність з певною соціальною групою. Головне завдання мему – швидко розповсюдити певну інформацію, а щоб цього досягти, потрібно дотримуватися формули: коротко + лаконічно = популярний мем.

Наступним важливим критерієм інтернет-мему є картинка-асоціація. Дуже часто як візуальні образи творці мемів використовують кадри з культових кінострічок, або фото відомих людей, або карикатури міфічних персонажів, або емодзі ((від яп. – картинка і знак, символ) — особлива мова ідеограм і смайлів, які широко використовують в електронних повідомленнях та на сторінках сайтів [14]) з характерними емоціями – усе те, що зумовить асоціативний ряд у свідомості користувача. Оскільки тривалість існування інтернет-мему доволі коротка і збереження в людській пам'яті через постійне повторення тепер неможливо, то ефективним методом стало нагадування через асоціативні картини. До прикладу можна взяти серію мемів про пса Патрона. У часи до повномасштабного вторгнення Росії на територію України при вживанні слова

«патрон» українці в першу чергу думали або про патрон як «частину електричного освітлювального приладу, в яку вгвинчується лампочка для приєднання її до мережі» [8, с. 97], або як про заряд для зброї. Тепер же при згадці цього слова українці в першу чергу згадують про Патрона – пса, який допомагав українським саперам розмінювати деокуповані території. Це стало наслідком постійного використання світлин пса Патрона у мережі інтернет – тепер асоціація працює на його користь.

Гумор – це останній в нашому списку і найголовніший структурний елемент сучасного інтернет-мему. Для того, щоб фольклорний текст набрав популярність у соціальних мережах, окрім вже зафіксованих чинників, він має викликати емоцію. А оскільки життя в Україні з 24 лютого 2022 року підносить багато негативних новин, а з ними й смуток, то мему на воєнну тематику повинні давати лише позитивний настрій. «Гумор – основна характеристика інтернет-мему. Мем повинен смішити людей. Хоч мем живе недовго, але кожний мем відповідає приблизно однакової структурі, що наближає їх до нової форми існування анекдотів. Комічний ефект мемів досягається завдяки тим самим механізмам, що у жартах та анекдотах» [26, с. 123] – на важливості гумору наголошують і К. Мілютина та Н. Садівнича у своїй спільній науковій праці.

Сучасний український інтернет-мем про війну – це комплексна дія на свідомість користувача соціальних мереж та месенджерів. Якщо у зображенні правильно підібрано кольори, то глядач зверне на нього увагу. На наступному етапі сканування тексту, за умови його лаконічності та правильно підбраного шрифту, людина вже зацікавиться і захоче не просто оглянути мем, а прочитати його вміст. Якщо на фінальному ступені взаємодії з фольклорним текстом картинка проасоціювалась у споживача з якимись спогадами, або він просто зрозумів зміст, то мем приречений на успіх в інформаційному соціумі. Проте якщо все це не підкріплено гумором і вкінці користувач не засміється чи хоча б посміхнеться, то цикл взаємодії можна вважати перерваним, а мем не

потрібним або зайвим. «„Навіть в умовах розв’язаної Росією війни українці зберігають почуття гумору й народжують нові символи опору”, – зауважила українську рису Мелінда Сіммонс, пані посол Великої Британії» [16].

2.3. Авторське створення та поширення мемів

Неможливо проаналізувати вплив сучасних інтернет-мемів на воєнну тематику та визначити їх структурні елементи без спроби самостійно створити та поширити їх. Наведено п’ять авторських мемів про актуальні ситуації в період воєнного стану (включаючи перемоги української армії на фронті, дистанційне навчання, психологічний стан під час війни) та аналіз їхнього змісту. Усі наведені меми були поширені у соціальних мережах та месенджерах автора (Instagram, TikTok, Telegram, Viber) серед друзів, родичів, колег та знайомих, що робить їх фольклорним текстом.



Мем №1.

На цій картинці зображено відомого українського персонажа Пацюка (застосування асоціативної картинки відповідно до нашого списку основних структурних елементів мему) із культового твору «Вечори на хуторі біля Диканьки» як прототип сучасних воїнів Збройних сил України, які є такими ж

міцними, впевненими і голодними на ворожі поразки. Також тут зображено дві страви: котлети відображають російську армію, а картопляне пюре – білоруську, яких завзято знищують незламні українські воїни; дотримано контрастних і водночас яскравих кольорів; шрифт є звичайним, без візуальних підтекстів, оскільки просто називає зображені елементи. Текст максимально скорочений і доступний.

Вплив. На представників російського та білоруського суспільства цей мем має деморалізуючий вплив, оскільки відверто принижує їхні армії (хоча і несе правдиву інформацію). Українським користувачам меми такого характеру до вподоби, бо прославляє нашу армію і спонукає безперервно вірити в майбутню перемогу України.

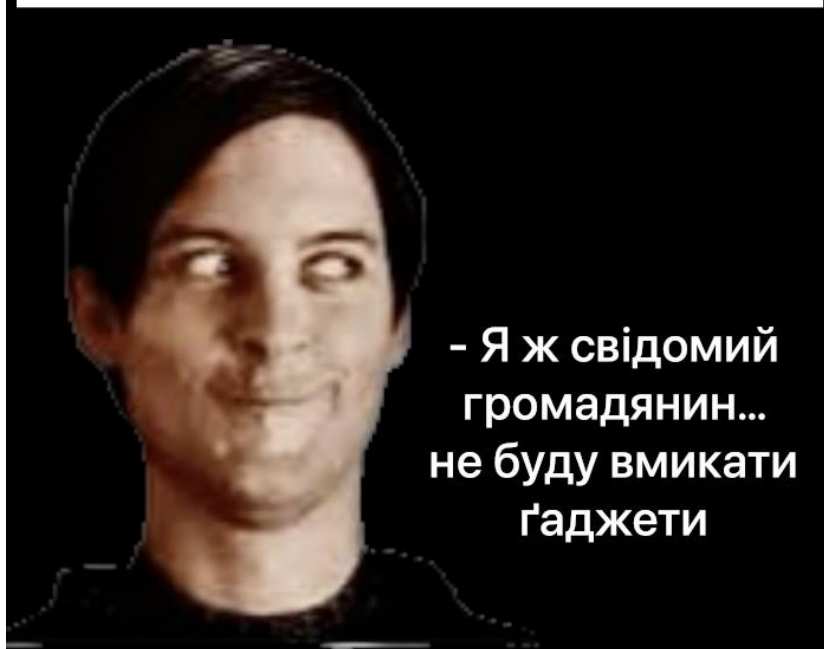


Мем №2.

Тут зображену комічну ситуацію із здачі екзамену під час дистанційного навчання у зв'язку з воєнним станом, яка є вигаданою, але цілком можливою. Цей мем розрахований на локальне поширення у межах Навчально-наукового інституту філології Київського національного університету імені Тараса Шевченка, оскільки на ньому учасники навчального процесу саме цього закладу. Олеся Наумовська – завідувачка кафедри фольклористики – асоціюється у студентів з викладачем з правильною проукраїнською громадянською позицією, яка залюбки заохочує будь-які прояви патріотизму. Кольори, шрифт, лаконічність тексту застосовано відповідно до нашого списку структурних елементів.

Вплив. Цей мем позитивно впливає на студентську спільноту, які навчаються дистанційно, оскільки надихає вірити в Україну та в своє світле майбутнє в ній. Відсутність живого спілкування як наслідок дистанційного навчання, вимкнення світла (наслідок війни), що постійно підривало навчальний процес, негативно вплинули на психологічний стан молоді. Саме тому подібні меми гумористичного характеру про серйозні проблеми є короткочасною терапією для молодого покоління.

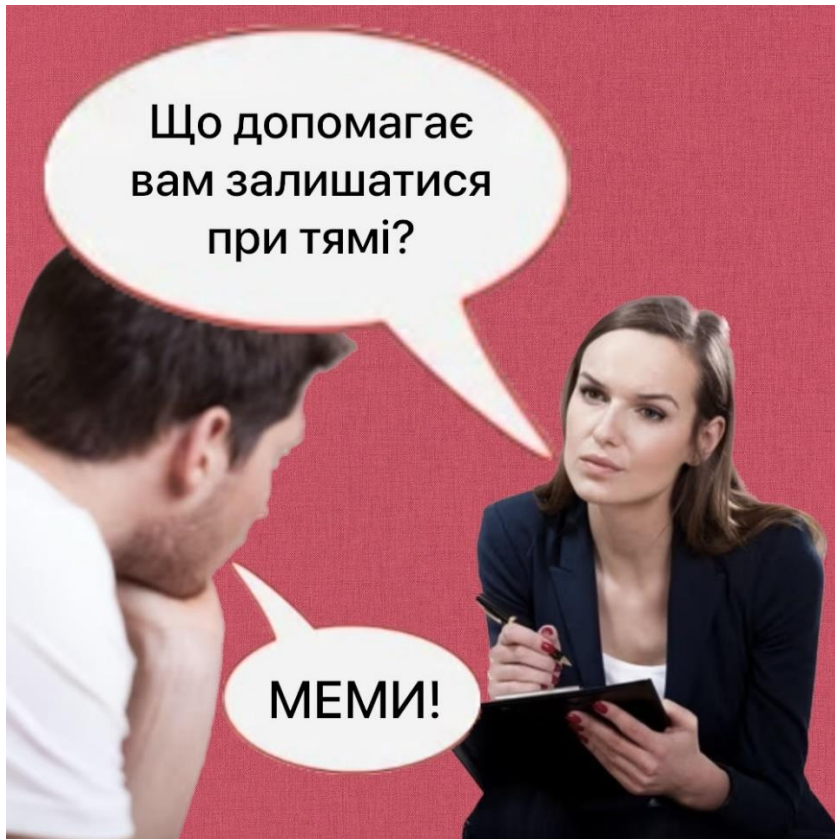
Я під час сесії, коли ДТЕК
просить економити електроенергію:



Мем №3.

Цей мем показує емоцію уявного хлопця-недобросовісного студента, який намагається знайти причину не з'явитися на іспит під час дистанційної сесії та регулярного вимкнення світла через російські ракетні удари по енергетичній системі України. Асоціативна картинка – фото відомого американського актора Тобі Магвайр, який зіграв головну роль у легендарному кіно про «Людину-павука». Контрастна кольорова гама: чорний-білий, чорний-тілесний, короткий дотепний текст, оформлений звичайним шрифтом.

Вплив. Як і попередній приклад розкриває буденність дистанційного навчання. Цей мем змусить сміятися тих, хто хоч раз хотів або скористався вимкненням світла, як приводом не піти на пару чи іспит.



Мем №4.

Цей мем висвітлює не саму війну, а один з її наслідків – потребу цивільних звертатися до професіоналів по психологічну допомогу. На зображенні переважають контрастні яскраві відтінки білого, рожевого та чорного кольорів. У тексті сказано лише основне, шрифт звичайний, проте відповідь чоловіка написана у режимі Caps Lock, щоб підкреслити його емоційність (а отже він вчасно звернувся по допомогу).

Вплив. Це зображення з комічним, на перший погляд, характером розкриває серйозну проблему зі складним психологічним станом українського суспільства. Дехто легше переживає трагічні новини, а комусь варто звернутися по професійну допомогу. Але цей мем дає зрозуміти, що з будь-якої ситуації можна завжди знайти вихід.

Звичайні люди, коли бачать мем:



Фольклористи, коли бачать мем:



- Цікаво: це
креолізований
чи власне
текстовий...

Мем №5.

Останнє зображення мало стосується російсько-української війни, воно розкриває деталі підготовки до цієї роботи. Проте, якби Росія не розпочала повномасштабний напад на Україну наприкінці лютого 2022 року, то і тема для цієї дипломної роботи була б інша. Як і в попередніх чотирьох авторських творах, тут дотриману усі структурні елементи мему з нашого списку: контрастні та яскраві кольори жовтий-білий-чорний, лаконічно висловлений текст, оформлений звичайним шрифтом та стікери, які показують потрібну емоцію.

Вплив. Цей візуальний фольклорний текст точно викличе посмішку в усіх філологів, він дає відчуття приналежності до певної субкультури, залученості у щось секретне, невідоме іншим. Якщо аналізувати цей мем ще детальніше, то

можна знайти такий посил: філологи, зокрема фольклористи, як і решта свідомих українських громадян, продовжують займатися своєю професійною діяльністю, тим самим зміцнюючи українську освіту і культуру в цілому.

Висновки до розділу

Отже, у другому розділі цієї наукової роботи було розглянуто та проаналізовано практичне застосування сучасних українських інтернет-мемів воєнної тематики. У першому підрозділі було досліджено способи, якими Росія спочатку окупувала свідомість жителів Донбасу, як держава-терорист заохочувала побутування російської мови у східних регіонах України, розповсюдження російською пропагандою фейків серед донеччан та луганчан, що в результаті призвело до фактичної окупації частин Донецької та Луганської областей. Також йшлося про помилки, яких припускалися українці з інших регіонів нашої країни, дозволяючи власну русифікацію та про те, як події 2014 року змінили політичний і національний курс українського народу; виокремили роботу над помилками, яка ще триває. Дослідили вплив воєнних мемів на українського користувача, що з лютого 2022 року масово перелаштувався на українськомовний контент, розглянули конкретні приклади як меми різних воєнних періодів повномасштабного вторгнення допомагали українцям залишатися в здоровому глузді і водночас деморалізували ворогів.

У другому підрозділі визначено список з п'ятьма основними структурними елементами сучасних візуальних фольклорних текстів, де кожна позиція була детально проаналізована та пояснена на прикладах. Цей список може поповнюватися іншими науковцями в майбутньому, адже розвиток мемної культури потребує і розвиток її вивчення.

У заключній третій частині практичного розділу продемонстровано набуті за період написання наукової роботи знання та навички. А саме: самостійно створені меми на воєнну тематику було поширено як фольклорний текст у соціальних мережах Instagram і TikTok, а також месенджерах Telegram і

Viber. Окрім цього, було спрогнозовано майбутній вплив на інтернет-користувачів кожного окремого авторського мему і досліджено всі наявні структурні елементи відповідно до списку з підрозділу «Структура сучасного українського воєнного мему».

ВИСНОВКИ

Отже, у цій науковій роботі здійснено глибинний аналіз форм і смислів сучасного фольклору російсько-української повномасштабної війни,

підбраного із найпопулярніших соціальних мереж TikTok, Facebook, YouTube, Instagram, а також месенджерів Viber, Telegram та WhatsApp, що поширювалися з лютого 2022 до лютого 2023 років. При написанні першого теоретичного розділу було виконано два поставлених завдання: вивчити наукові студії тематики меметики, які вже були здійснені вітчизняними ученими та зібрати фактологічний матеріал (картинки, відео, тексти) з найпоширеніших соціальних мереж та месенджерів, на основі якого було проведено це дослідження. Ми розглянули та зробили свої висновки про вже наявні в українській науці праці, статті, розвідки присвячені поняттю мема.

У другому практичному розділі були виконані такі завдання: проаналізували та охарактеризували сучасний візуальний український воєнний фольклор (меми), самостійно створили та поширили меми в Instagram, TikTok, Telegram і Viber, дослідили вплив аудіальних та візуальних фольклорних текстів на сучасного українського інтернет-користувача. Нам вдалося встановити, що воєнні меми, які набрали популярності в українському інформаційному просторі за період повномасштабного вторгнення Росії на територію України мають позитивний вплив на користувачів мережі інтернет, оскільки підтримують бойовий дух українців і деморалізують ворога. Найголовнішим досягненням нашого практичного дослідження є створення власного списку основних структурних елементів сучасних візуальних інтернет-мемів, який може бути доповнений в майбутньому іншими дослідниками меметики.

Ми дійшли висновків, що вивчення сучасної української мемної культури перебуває на досить високому рівні у вітчизняних вчених, незважаючи на новизну цього явища. В основі майже усіх розглянутих мемів ми помітили єдину модель протистояння українців та росіян, де Україна – це добро, а Росія є втіленням зла, яке програє цю битву. Також кожна зі сторін має своє ядро: в українців це Збройні сили України і три основоположники національної безпеки – генерал Залужний, президент Зеленський і протиповітряна оборона.

Російське ядро злочинства представлене їхнім президентом Путіним та трьома сумнівними помічниками – Пригожиним, Герасимовим та Шойгу, а також є Лукашенко – допоміжна сторона, яка програє разом зі своєю метрополією.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. YouTube-канал «Jerry Heil». Jerry Heil - #МОСКАЛЬ_НЕКРАСІВИЙ (ГЕТЬ З УКРАЇНИ). 10 квітня 2022. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=s8-h21rk0Co>
2. YouTube-канал «Ukraïner». Меми року: жарти, які допомагали триматися • Ukraïner. 2 січня 2023. URL: https://www.youtube.com/watch?v=H2wF_LUgsWI&t=1806s
3. YouTube-канал «Ukraïner». Як українці продовжують створювати меми про війну • Ukraïner. 28 квітня 2022. URL: https://www.youtube.com/watch?v=3ld1_z860kU
4. YouTube-канал «VERKA SERDUCHKA OFFICIAL». Verka Serduchka – Монолог балерини Беллы Куценко [Миніатюра]. 25 березня 2015. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=GQGbtusBh70>
5. YouTube-канал «Апостроф TV». Зеленський потролив Путіна за його мікрофон в бункері. 6 березня 2022. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=Bwifg7x0ZwE>
6. YouTube-канал «Фабрика новин». Гончаренко – солдатам РФ: "Добро пожаловать в ад! Ви тут помрете, як паршиві пси" / Україна 24. 23 лютого 2022. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=RsPTCl5JI-4>
7. Анцибор Д. Кавуни, деруни і біологічна зброя: як їжа допомагає жартувати під час війни. izhakultura. 12.12.2022. URL: https://yizhakultura.com/material/20221212_1604
8. Білодід І. К., Лагутіна А. В., Ленець К. В. Словник української мови: в 11 томах. — Том 6. Київ : Наук. Думка. 1975. — 832с.
9. Бровко Л. Меметика у війні: як меми стають зброєю. PressA. 1 листопада 2022. URL: <https://pressassociation.org.ua/ua/memetika-u-vijni-yak-memi-stayut-zbro%d1%94yu/>
10. Гумор рятує під час війни: найкращі меми про освіту-2022. НУШ – Нова українська школа. 30 Грудня 2022. URL: <https://nus.org.ua/articles/gumor-ryatuye-pid-chas-vijny-krashhi-memy-pro-osvitu-2022/>

11. Денисюк Ж.З. Меметичність комунікативних практик в умовах розвитку цифрового інформаційного простору. Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв : наук. журнал. 2021. № 1. С. 13-19.
12. Дзюбіна О.І. Класифікація, структура та функціонування інтернет-мемів в соціальних мережах Twitter та Facebook. Львівський національний університет імені Івана Франка. «Young Scientist». № 2 (29). February, 2016. С. 375-379.
13. Дописувачі Вікіпедії. Русский военный корабль, иди на х*й. Вікіпедія. 21 травня 2023. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A0%D1%83%D1%81%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9_%D0%B2%D0%BE%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8B%D0%B9_%D0%BA%D0%BE%D1%80%D0%B0%D0%B1%D0%BB%D1%8C,%D0%B8%D0%B4%D0%B8_%D0%BD%D0%B0%D1%85%D1%83%D0%B9
14. Дописувачі Вікіпедії. Емодзі. Вікіпедія. 6 березня 2023. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%95%D0%BC%D0%BE%D0%B4%D0%B7%D1%96>
15. Дописувачі Вікіпедії. Інтернет-мем. Вікіпедія. 2 червня 2023. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%86%D0%BD%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%BD%D0%B5%D1%82-%D0%BC%D0%B5%D0%BC>
16. Драпш І. “Хаймарси”, Медведчук і котики. Типологія українських мемів про війну. TEXTY.ORG.UA. 05.10.2022. URL: <https://texty.org.ua/articles/107856/khajmarsy-medvedchuk-i-kotyky-typolohija-memiv-pro-vijnu/>
17. Етнографія України : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / за ред. С. А. Макарчука. – Вид. 2-ге, перероб. та допов. – Львів: Світ, 2004. – 517.
18. Закальська Я.А. Образ цигана в українському фольклорі: константність VS пластичність. Академічні студії. Серія «Гуманітарні науки», Вип. 2, 2022. С. 88-97.

19. Казанський Д.В. Війна та меми. Журнал «Український тиждень». № 23 (551) від 7 червня 2018. URL: <https://tyzhden.ua/vijna-ta-memy/>
20. Кирилюк О. Л. Мова мережевого фольклору як засіб опору інформаційній агресії. Мова: класичне – модерне – постмодерне. 2020. Випуск 6. С. 32-49.
21. Кириченко Р. Українські меми для бойового настрою: війна, фермери і конотопські відьми. Рубрика / Все по поличках. 10 березня 2022. URL: <https://rubryka.com/article/war-mems/>
22. Котубей О., Морі Є. Доброго вечора everybody, цей день настав: ми підготували підбірку головних мемів 2022 року. Суспільне Культура. 4 січня 2023. URL: <https://suspilne.media/348110-dobrogo-vecora-everybody-cej-den-nastav-mi-pidgotuvali-pidbirku-golovnih-memiv-2022-roku/>
23. Лук'янюк В. Мем. Словник іншомовних слів. 2023. URL: <https://www.jnsm.com.ua/cgi-bin/u/book/sis.pl?Qry=%EC%E5%EC>
24. Мем. Кіровоградська обласна бібліотека для дітей ім. Т.Г. Шевченка. 2020. URL: http://librarychl.kr.ua/kn_in/informatoria/inf-m.php
25. Мемологія, мемарня та інші: розбираємося, що за мем. Geekach. 28 грудня 2022. URL: <https://geekach.com.ua/memy-memasyky-ta-memolohiia/>
26. Мілютіна К.Л., Садівнича Н. Меми як стратегія подолання війни. POMIĘDZY. Polonistyczno-Ukrainoznawcze Studia Naukowe. 2022, nr 2 (5). С. 119-126.
27. Оленіна О.Ю., Пічугіна Ю.О. Інтернет-меми українського походження в культуротворчій практиці сучасного суспільства. Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв № 3'2018. С. 77-81.
28. Оприщенко А., Сергацкова К. Меми про війну — те, що допомагає всій країні триматися й перемагати РФ в інформаційній війні. Заборона поговорила з тими, хто їх робить. Заборона. 21 грудня 2022. URL: <https://zaborona.com/memy-pro-vijnu-te-shho-dopomagaye-vsij-krayini-trymatysya-j-peremagaty-rf-v-informacijnij-vijni/>

29. Офіційний Telegram-канал Керівника Офісу Президента України Андрія Єрмака. URL: <https://t.me/ermaka2022>

30. Пивоваров С., Спирін Є. Яка легендарна фраза з'явилася в перший день вторгнення — 24 лютого? Пам'ятаєте, звідки родом пес Патрон? А що стояло на шафці в Бородянці? Тест про українські військові меми. Бабель. 13 січня 2023. URL: <https://babel.ua/texts/89265-yaka-legendarna-fraza-z-yavilasya-v-pershiy-den-vtorgnennya-24-lyutogo-pam-yatayete-zvidki-rodod-pes-patron-a-shcho-stoyalo-na-shafci-v-borodyanci-test-pro-ukrajinski-voyenni-memi>

31. Пода Т.А. Інтернет-меми як феномен інформаційного суспільства. Вісник НАУ. Серія: Філософія. Культурологія. – 2017. – № 1 (25). С. 117-120.

32. Рязанов А.С. Мем як комунікативна одиниця: синхронія та діахронія поняття. Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. Серія «Соціальні комунікації». Вип. 14. С. 9-13.

33. Самарук Т. Меми війни. Під які жарти ми переможемо у битві за Незалежність. РБК-Україна. 24 серпня 2022. URL: <https://www.rbc.ua/ukr/styler/memy-voyny-kakie-shutki-pobedim-bitve-nezavisimost-1661176165.html>

34. Смола Л.Є. Мем як інструмент інформаційної війни. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Психологія. 1(10)/2019. С. 91-95.

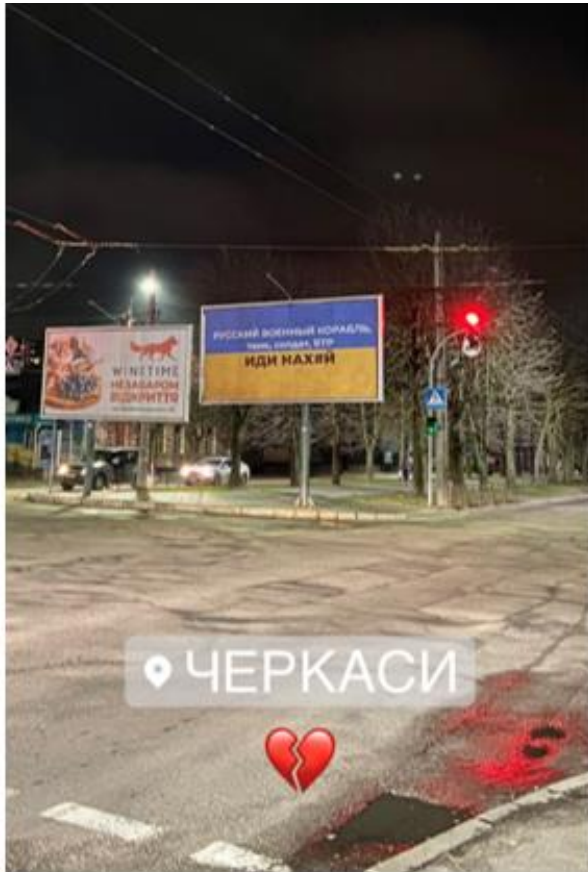
35. Спалек М. Скажи «паляниця». 15 мемів, що з'явилися у час великої війни. MediaSapiens. 23 лютого 2023. URL: <https://ms.detector.media/trendi/post/31240/2023-02-23-skazhy-palyanytsya-15-memiv-shcho-zyavylsya-u-chas-velykoi-viyny/>

36. Українські військові меми: добірка актуальних жартів про російське вторгнення. ICTV / Ранок. 09.06.2022. URL: <https://ranok.ictv.ua/ua/2022/06/09/ukrayinski-voyenni-memi-dobirka-aktualnih-zhartiv-pro-rosijske-vtorgnennya/#>

37. Укрпошта. Укрпошта випустила мільйон поштових марок «Русській воєнний корабль, іді ...!». 12.04.2022. URL: <https://www.ukrposhta.ua/ua/news/57619-ukrposhta-issued-one-million-postage-stamps-russian-warship-fk-you>
38. Чаплак Я.В., Чуйко Г.В. Специфіка мемів у інтернет-просторі сучасного суспільства. SCIENTIFIC COLLECTION «INTERCONF» | № 95. January, 2022. С. 337-350.
39. Чемеркін С.Г. Інтернет-мем – що це? Мова засобів масової комунікації. Культура слова №82. 2015. С. 113-116.
40. Черниш О. Гумор проти ракет. Як Україна жартує під час війни. BBC News Україна. 21 травня 2022. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-61473573>
41. Шкрьоба А. Меми і війна: чому жартувати на часі та як гумор береже нашу психіку? М.А.Н. Платформа. Біологія. Статті. Суспільствознавство. 28.03.2022. URL: <https://platform.man.gov.ua/media/78234f90-f566-4ebf-b21f-b9c77573afa2>

ДОДАТКИ

Додаток А



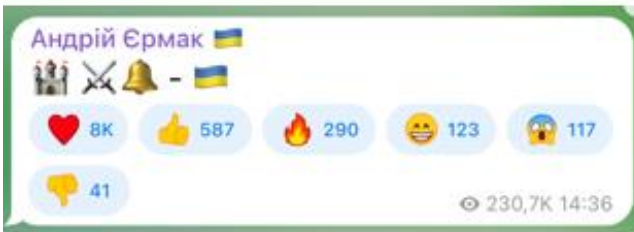
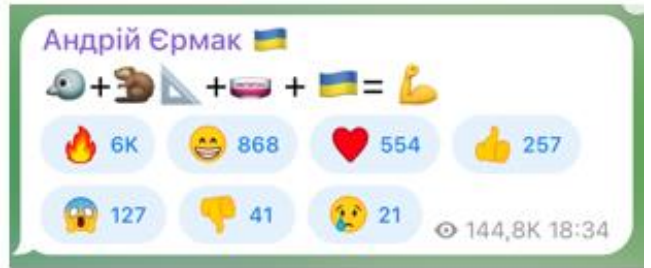
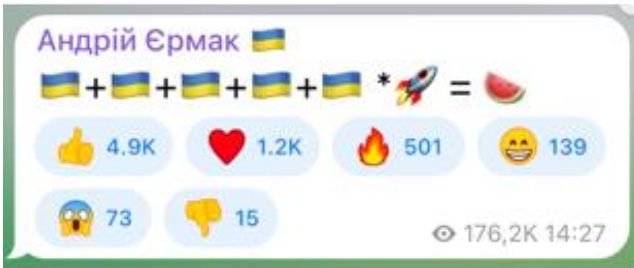
Додаток Б



Додаток В



Додаток Г



Додаток Г

У цьому додатку представлено найвдаліші, на нашу думку, мемів серед сотень проаналізованих

ЯК ХОДЯТЬ НА РОБОТУ

ЖИТЕЛІ ЛЬВІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ



ЖИТЕЛІ ХАРКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ



МЕНІ ПРАВИТЬСЯ



Ппо: *їбаше*
Люди з балконів:

[Translate Tweet](#)



Русня: в п'ятий раз лізе до
Чорнобаївки

Чорнобаївські собаки:





УКРАЇНЬСЬКА



РОСІЙСЬКА

Отримали пи...



Otrymaly pyzdy

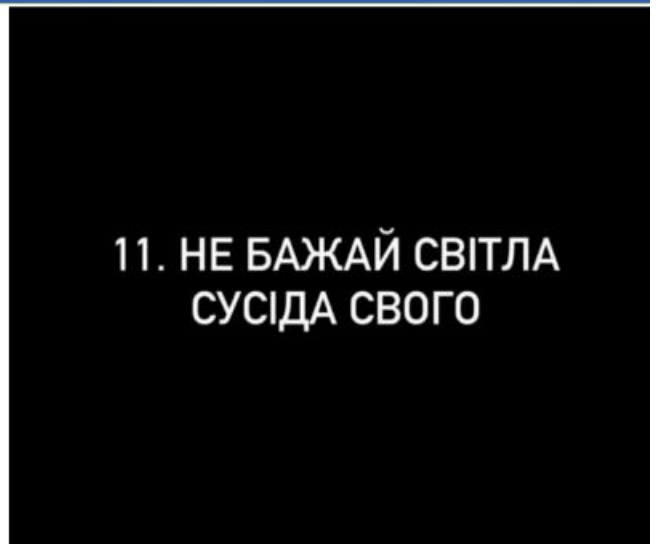


14 / 5 000

жест доброй воли



zhest dobroy voli



~~ROSHEN~~

HERSON



✚ дика вишня 🇺🇦
@yankacherry77



колись я навчусь не тикати на
вимикачі, коли немає світла, але
не сьогодні.

