

Київський національний університет імені Тараса Шевченка
Філософський факультет
Кафедра етики, естетики та культурології

**МЕМИ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ ЯК КУЛЬТУРНА
ПРАКТИКА**

Кваліфікаційна робота за спеціальністю 034 культурологія
на здобуття освітнього ступеня бакалавра культурології

Студент-виконавець:

Богданенко Уляна Валеріївна
IV курс

спеціальність 034 «культурологія»

ОПП «Культурологія»

Науковий керівник:

Рогожа Марія Михайлівна
д. ф. н., проф.

(підпис)

Допущено до захисту:

Зав. кафедри _____

Київ - 2024

ЗМІСТ

Вступ.....	3
РОЗДІЛ І. ТЕОРИТИЧНІ ОСНОВИ ВИВЧЕННЯ МЕМІВ	7
1.1. Поняття мему.....	8
1.2. Чинники мемотворення.....	13
1.3. Інструменти аналізу мемів.....	18
РОЗДІЛ ІІ. МЕМИ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ	23
2.1. Війна і сміхова культура.....	26
2.2. Аналіз досліджень мемів про російсько-українську війну.....	36
2.3. Огляд мемів російсько - української війни.....	40
ВИСНОВОК.....	56
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	60
ДОДАТКИ.....	63

ВСТУП

Актуальність: Мемі стали невід'ємною частиною сучасної інтернет-культури та комунікації під час російсько-української війни. Вони допомагають людям осмислити трагічні події, виразити емоції та опір, продемонструвати ідентичність. Згідно з Річардом Докінзом, мемі є інструментом культурної передачі та засобом реагування на події. З початком війни в Україні значно активізувалася генерація нових мемів в онлайн-середовищі. Мемі еволюціонували у багатогранні мультимодальні структури з використанням зображень, GIF-файлів, відео. Вони стали частиною масової культури, поширюючись у різних медіа. Актуальність роботи полягає у тому що мемі стали невід'ємною частиною сучасної інтернет-культури та комунікації. Вони відіграють важливу роль у формуванні колективної свідомості та громадської думки, особливо у контексті масових конфліктів. Дослідження мемів у рамках російсько-української війни дозволяє краще зрозуміти, яким чином сучасний соціум взаємодіє із актуальними подіями, як створення мемів впливає на сприйняття та інтерпретацію конфлікту та як вони вписуються у широку культурну практику.

Ступінь наукової розробки теми: Поняття "мем" було вперше запропоновано відомим біологом та популяризатором науки Річардом Докінзом у його праці "Егоїстичний ген" 1976 року. Докінз зробив значний внесок у розуміння природи мемів та порівняв їх з генами, визначаючи мемі як культурні одиниці, що передаються шляхом імітації. Його робота заклала основу для подальших міждисциплінарних досліджень мемів та їх ролі в культурній еволюції. Важливий внесок у вивчення сучасних інтернет-мемів зробили зарубіжні дослідники, серед яких варто відзначити Р. Мілнера (*The World Made Meme: Public Conversations and Participatory Media*), Л. Шифмана (*Memes in Digital Culture*), та Б. Вігінса (*The Discursive Power of Memes in Digital Culture: Ideology, Semiotics, and Intertextuality*).

Їх детальний аналіз допоміг зрозуміти функціонування інтернет-мемів та їх зв'язок з цифровою культурною партиципацією. Для аналізу комічних елементів, присутніх у багатьох мемах, корисним є підхід французького філософа Анрі Бергсона, викладений у його праці "Сміх". Бергсон детально проаналізував природу сміху, визначивши його як реакцію на комічне, що часто виникає через механічність, автоматизм або неприродність у поведінці людини чи ситуації. Стаття Чарльза Шоу "Український їдкий воєнний гумор має дивовижні радянські корені" розглядає використання гумору в Україні під час війни у зв'язку з радянськими традиціями, акцентуючи увагу на його ролі як засобу впливу та сприйняття. Значний внесок у безпосереднє дослідження мемів російсько-української війни зробили такі вітчизняні автори, як Оксана Таран і Марія Заяць ("Комп'ютерний контент-аналіз інтернет-мемів про російсько-українську війну 2022 року") та Анна Ракитянська ("The SUCHO Ukrainian War Memes Collection"). Їхні роботи містять ґрунтовний аналіз особливостей, функцій та метаданих українських військових мемів, що безпосередньо стосується теми дипломної роботи. У пошуках мемів для аналізу використано такі джерела: Telegram канали «Державне Бюро Мемів», «Збройні Меми України», «Музей військових мемів», «Мемний батальйон», : «Перша приватна мемарня» та «Український наступ», Instagram-аккаунт @Ukrainearmedmemes і Твіттер @uamemesforces, "SUCHO: Ukrainian war meme collection". Отже, дослідження згаданих авторів лягли в основу теоретичного та емпіричного аналізу феномену мемів, зокрема у контексті російсько-української війни, що дозволило всебічно розглянути цю культурну практику у дипломній роботі.

Об'єкт дослідження: Меми як культурна практика. **Предмет дослідження:** Дослідження культурного потенціалу мемів російсько – української війни як сили опору.

Метою цієї роботи є вивчення ролі та значимості мемів а також гумору загалом у контексті війни, зокрема основувшись на подіях і реакціях російсько-української війни як культурної практики. Робота спрямована на аналіз створення, поширення та сприйняття мемів, а також оцінку їх впливу на суспільну свідомість. Мета роботи також полягає в тому, щоб розкрити зв'язок між мемами та російсько-українською війною проаналізувавши їх, а також виявити їхню роль як важливого аспекту культурної практики в умовах сучасного інформаційного суспільства.

Основними завданнями роботи є дослідити історію виникнення та розвитку поняття "мем", вивчити механізми створення та розповсюдження мемів. Дослідити зв'язок сміхової культури і війни в історичному контексті. Навести приклади аналізу, класифікації мемів, і також їх загальні положення і історію. Розглянути основні дослідження мемів, пов'язаних з російсько-українською війною. Дослідити семіотичні коди, символіку та комунікативну функцію мемів, пов'язаних із російсько-українською війною. Розглянути вплив мемів на формування громадської думки про конфлікт та створення колективної пам'яті. Визначити основні теми мемів, що виникли під час російсько-української війни а також класифікувати їх.

Методологія: У теоретичній частині дипломної роботи використовувалися такі методи наукового пізнання: Абстрагування застосовувалося для виокремлення найбільш суттєвих ознак та властивостей мемів як культурної практики, відсторонившись від другорядних деталей. Індуктивний метод використовувався для формулювання узагальнень і висновків на основі спостереження за конкретними проявами мемів російсько-української війни. Метод пояснення дозволив розкрити причинно-наслідкові зв'язки, що лежать в основі виникнення та поширення воєнних мемів, їхній вплив на суспільство. Класифікація була необхідна для упорядкування різноманітних мемів російсько-української війни за певними критеріями, виділення їхніх типів та категорій. В емпіричній частині дослідження застосовувалися такі

методи: спостереження забезпечило збір первинних даних про різні приклади мемів російсько-української війни в їхньому природному контексті. Аналіз та порівняння дозволили детально вивчити окремі зразки мемів, їхні особливості та функції, а також зіставити різні меми між собою. Метод опису використовувався для систематичного викладу результатів аналізу зібраних емпіричних даних, деталізації ознак та характеристик досліджуваних мемів. Таким чином, комплексне поєднання теоретичних і емпіричних методів забезпечило ґрунтовне вивчення мемів російсько-української війни як культурної практики в усіх її проявах та контекстах.

Структура роботи: У першому розділі розглянуто походження терміна "мем" та його теоретичне обґрунтування. Проаналізовано погляди Річарда Докінза, який увів це поняття, та інших дослідників, що розвивали мем-теорію. Визначено сутність мему як культурної одиниці, здатної до реплікації та передачі від однієї людини до іншої. Досліджено характеристики мемів, що роблять певний контент мемом, зокрема такі чинники, як гумор, актуальність, провокативність, афективність тощо. Розглянуто явище вірусності мемів та чинники, що сприяють їхньому швидкому поширенню в інтернет-просторі. Окреслено основні підходи та методики аналізу мемів. Розглянуто специфіку застосування цих інструментів для дослідження мемів як культурного явища. У другому розділі висвітлено зв'язок між війною та сміховою культурою, а також роль мемів у формуванні культури участі. Проаналізовано, як меми стають засобом вираження колективних емоцій, солідарності та опору в умовах воєнного конфлікту. Розглянуто аналізи мемів російсько-української війни науковців. Проведено аналіз конкретних мемів, пов'язаних із російсько-українською війною, включаючи опис візуальних та вербальних елементів, інтертекстуальних зв'язків, використаних символів та кодів. Також розглянуто способи поширення та сприйняття цих мемів в інтернет-просторі.

РОЗДІЛ І. ТЕОРИТИЧНІ ОСНОВИ ВИВЧЕННЯ МЕМІВ

Сучасне суспільство переживає значні зміни в культурній сфері, а це безпосередньо пов'язано з впливом інтернету та соціальних мереж. Завдяки цифровим технологіям, звичними стали способи спілкування через мобільні телефони, смартфони, планшети, а також використання різних веб-додатків, таких як соціальні мережі. Люди звикли читати електронні книги, фотографувати всі події, записувати відео та звук, слухати музику або дивитися фільми на своїх гаджетах. Це створює мультимедійне середовище, в якому інформація поширюється від одного до багатьох, що сприяє її широкому поширенню серед масової аудиторії, а також забезпечує високу популярність серед обмежених груп. Варто зазначити, що цей контент може бути як комерційного, так і некомерційного характеру. Популярність відео, музики, зображень та іншого вмісту в Інтернеті, зокрема на таких платформах, як YouTube, Instagram, TikTok, тощо, вимірюється кількістю переглядів, прослуховувань та завантажень. Термін "медіа-вірус" використовується для мемів, які стають популярними завдяки їх поширенню в Інтернеті через різні медіаплатформи, такі як файлообмінні вебсайти або соціальні мережі. Зазвичай такі кампанії плануються як частина "вірусного маркетингу". Проте популярність такого контенту є тимчасовою і ситуативною, оскільки увага аудиторії швидко переключається на нові події, твори і явища, як на глобальному, так і на локальному рівні. Одним із явищ, яке набуло особливої популярності, є меми. Меми не лише розважають, але й можуть бути ефективним засобом політичної боротьби та вираження протесту. Під час вторгнення Росії в Україну меми стали важливим інструментом для підризу репресивних режимів в онлайн-просторі. Вони стали своєрідним відображенням суспільних настроїв та засобом колективної свідомості, демонструючи суспільні зрушення та формування ідентичності.

1.1. Поняття Мему

Історія виникнення мемів сягає своїм корінням до початку Інтернету та культурного середовища, що з ним пов'язане. Виникнення мемів можна відслідкувати впродовж декількох десятиліть, пройшовши через різні етапи та еволюцію. Слово "мем" походить від терміна "меметика", який був запропонований Річардом Докінзом у своїй книзі "Егоїстичний ген" (The Selfish Gene), опублікованій в 1976 році. Річард Докінз зробив значний внесок у дослідження мемів, і його робота в цій галузі вважається ключовою. У цій книзі Докінз використав поняття "мем" для опису культурних одиниць, які передаються від однієї людини до іншої шляхом імітації. Він порівняв мему з генами, стверджуючи, що так само, як гени передаються генетичним матеріалом, мему передаються культурою та соціальними зв'язками. Докінз визначив мему як інформаційні структури, які можуть поширюватися, реплікуватися та змінюватися у культурі. Він розглядав їх як основний механізм культурної еволюції, аналогічний природному відбору у генетиці. Це поняття мемів стало основою для подальшого дослідження мемів і їх впливу на культуру та суспільство. Докінз започаткував цей напрямок досліджень, спонукавши інших вчених до подальших досліджень і вивчення мемів як ключового елемента культурної еволюції. Ввівши термін «мем» Докінз мав на увазі крилаті фрази, мелодії та ідеї, які легко впізнати та передавати від однієї людини до іншої. У його інтерпретації, мему володіють вродженими біологічними якостями, які допомагають їм відтворюватися в культурі. Докінз перераховує мемну плодючість як одну з найуспішніших геноподібних якостей, зазначаючи, що «фертильність» мемів можна виміряти кількісно, подібно до реплікації генів. Однак, такий біологічний підхід має свої обмеження. Наприклад, Еліот Боренштейн стверджує, що дуже проблематично «біологізувати» кожен аспект людського життя, припускаючи, що міжособистісні реакції, стосунки та творчість впливають з

біологічної основи. Одним із основних закидів дарвінізму є використання біології як основи для дискримінації. Боренштейн пропонує ідею виживання «найпам'ятнішого» у сучасній меметичній культурі. За його словами, мем не обов'язково повинен бути «справжнім» або «чесотним», щоб процвітати: у світі мемів не існує поганої реклами. Інші вчені заперечують порівняння між мемами та генами, стверджуючи, що мутація генів у біології може призвести до вимирання організму, тоді як для мемів мутація є інструментом виживання. Соціологи також критикують термін «мем», наголошуючи, що він дублює вже існуючі поняття «шаблон» та «ідея». Незважаючи на всі свої обмеження, поняття «мем» залишається предметом інтенсивних досліджень у кількох галузях науки і достатньо «запам'ятовуваним», щоб вижити в сучасному дискурсі.

Меми, такі які ми зараз розуміємо, почали набувати популярності в 1990-х роках, коли Інтернет став доступним для широкої аудиторії. В цей період виникло багато спільнот, форумів та онлайн-платформ, де люди могли обмінюватися гумористичними зображеннями, текстами та ідеями. Меми стали не просто фрагментами гумору або віртуальними виразами емоцій, вони стали потужним культурним явищем, що впливає на сучасне суспільство. Французьке слово «même» перекладається як «те саме», а грецьке слово «μίμοιμαι» означає «наслідувати». У своїй книзі Річард Докінз зазначив: «Нам потрібна назва для нового реплікатора, іменник, який передає ідею одиниці передачі культури або одиниці імітації». Він прагнув використати коротке слово, схоже на «ген». Докінз також зауважив, що це слово можна асоціювати з поняттям «пам'яті» або французьким словом «même». Словник Webster's New World College Dictionary визначає мем як «концепцію, переконання або практику, задуману як одиницю культурної інформації, яка може передаватись від людини до людини, аналогічно до природного відбору». Популярний творець мемів Saint Noax, який має три мільйони підписників в

Instagram, визначає мем як медіа, яке перепрофільоване для надання культурного, соціального чи політичного вираження, головним чином через гумор. «Мем має здатність фіксувати розуміння таким чином, що повністю відповідає духу часу», — сказав Saint Ноах. Таким чином, меми є ефективним інструментом передачі культурної інформації та вираження актуальних ідей у сучасному суспільстві. Як пише автор Людмила Скокова у своїй статті «Інтернет-меми, spreadable media і цифрова культурна партиципація»

«Для розуміння функціонування інтернет-мемів значний внесок зробили зарубіжні науковці — Р. Мілнер, Л. Шифман, Б. Вігінс та інші».

У своєму детальному аналізі Мілнер розглядає низку мемів, що були створені англомовними підкультурами, зосередженими в США, на платформах, таких як 4chan, Imgur і Reddit, у період з 2010 по 2015 рік. Він описує меми як цифрові "народні культурні" артефакти, які вплетаються у "взаємопереплет" онлайн-підкультур і загальну масову культуру. Меми, в свою чергу, поєднують різноманітні зображення, фрази і виконання. За словами Мілнера, меми можна визначити як "мультимодальні тексти, що сприяють участі шляхом переосмислення, поєднуючи сталу концепцію з новаторським вираженням". Поняття мультимодальності вказує на те, що меми поєднують різні медіа, включаючи статичні зображення, аудіо, відео і текст. Це перша з п'яти "логік", які Мілнер виділяє в мемах. Інші чотири логіки включають переосмислення, резонанс, колективізм і поширення.

Меми виникли як поняття у галузі соціології та культурології, і вони описують ідеї, символи або практики, які можуть поширюватися швидко серед людей. Основна характеристика мемів - це їхнє поширення шляхом копіювання та модифікації. Вони можуть приймати різні форми, такі як вірші, графічні зображення, відео або фрази. Головна мета мемів - викликати емоційну реакцію та розповсюджуватися якомога швидше. Деякі вчені називають меми «культурним

ієрогліфом», що несе значення лише в певному контексті та для певної групи осіб. Це визначення також стосується погляду на меми як на маркери ідентичності, коли люди діляться ними з однодумцями у своїх спільнотах. Мемі є невід'ємною частиною сучасної культури та медіа-ландшафту. Вони мають великий потенціал для поширення ідеї, спонукають до рефлексії, комунікації та взаємодії. Роль мемів у сучасній культурі полягає у формуванні спільнот, культурної ідентичності та поширенні соціальних цінностей. Мемі відображають певний соціокультурний контекст, ставлять питання до певних подій або явищ, а також відображають настрої та думки суспільства. Мемі стають своєрідними засобами комунікації, якими люди виражають свої погляди, відношення та інтереси. Одна з ключових ролей мемів у сучасній культурі - це їхнє використання для побудови та підтримки спільнот. Мемі створюють спільність у великому колективі людей, які розуміють та співпереживають ті самі елементи культури, гумору або іронії. Вони можуть об'єднувати людей незалежно від їхнього віку, статі, соціального статусу чи національності, спонукаючи до взаєморозуміння та спільного досвіду. Крім того, мемі стають важливим інструментом культурної політики та соціальних змін. Вони можуть висміювати або критикувати певні ідеї, стереотипи чи норми поведінки. Мемі можуть стати засобом активізації громадської думки та стимулювати дискусію навколо важливих тем, включаючи політичні або соціальні питання. Крім того, мемі впливають на формування сучасної молодіжної культури та мови. Вони стають засобом самовираження та ідентифікації молоді, допомагаючи їм впроваджувати свої унікальність та креативність у віртуальний простір. Мемі створюють мовну спільноту та жаргон, що підсилює почуття належності та групової ідентичності. Мемі також впливають на формування культурних та соціальних норм. Вони можуть ставити питання до існуючих стереотипів, підкреслювати абсурдність деяких культурних практик або пропонувати нові підходи до розуміння світу. Мемі допомагають розширити горизонти свідомості та сприяють культурній

різноманітності. Варто зазначити, що меми мають потужний вплив на масову свідомість. Вони можуть стати інструментом маніпуляції або політичної пропаганди. Відомі приклади використання мемів у політичних кампаніях свідчать про їхню силу впливу на уявлення та думки громадськості.

Перегляд мемів як артефактів корисний з трьох причин. По-перше, меми як артефакти мають віртуальну фізичність, це термін, який пропонує описати меми як когнітивні та цифрові артефакти. Віртуальна фізичність — це, здавалося б, парадоксальний термін, але він показує, що меми існують як артефакти як у людському розумі, так і в цифровому середовищі. Рекурсивне виробництво, споживання та відтворення мемів підкреслює важливість мемів у цифрових культурах участі та підкреслює віртуальну фізичність. По-друге, як артефакти, меми підкреслюють свою соціальну та культурну роль у новому медіа-ландшафті. Тоді як культурний артефакт пропонує інформацію про культуру, яка його створює та використовує, соціальний артефакт інформує нас про соціальну поведінку тих індивідів або груп, які його створюють. Меми як артефакти мають як культурні, так і соціальні атрибути, оскільки вони виробляються, відтворюються та трансформуються для відновлення соціальної системи. На практиці міметична соціальна система відновлюється, коли представники цифрової культури участі використовують правила та ресурси створення мемів у відтворенні подальших повторень певного мему. Іншими словами, соціальна система знає, як створити мем, і що створення або відтворення мемів може мотивувати продовження виробництва даного мему протягом невідомого періоду часу. По-третє, розгляд мемів як артефактів підкреслює цілеспрямоване виробництво та споживання серед членів спільної цифрової культури. Ці три підстави (віртуальна тілесність, соціальні та культурні зв'язки, спрямоване виробництво та споживання) підкреслюють меми як артефакти.

Загалом, меми виконують важливу роль у сучасній культурі, сприяючи комунікації, творчості та формуванню ідентичності. Вони відображають динаміку суспільства, розкривають його протиріччя та допомагають зрозуміти сучасні тренди та настрої. Меми відіграють роль своєрідного дзеркала, яке відображає культурні та соціальні процеси, що відбуваються в нашому світі. Отже, Поняття «мем» еволюціонувало з моменту його введення Річардом Докінзом, перетворюючись на складне явище, яке охоплює багато аспектів сучасної культури та комунікації. Меми продовжують залишатися важливим інструментом вираження, політичної боротьби та формування ідентичності в цифрову еру. Вони є відображенням колективної свідомості, здатні впливати на суспільні настрої та культурні зрушення.

1.2. Чинники Мемотворення

Інтернет-меми стали невід'ємною частиною сучасної комунікації, а їхні характеристики визначають їхню здатність поширюватися та викликати інтерес у користувачів. Лінгвісти виділяють декілька основних властивостей мемів, які роблять їх популярними та впізнаваними. Важливий чинник мему це **вірусність**. Це здатність мема швидко поширюватися в Інтернеті, ставати популярним і тиражуватися великою кількістю копій серед користувачів. Подібно до вірусу, мем охоплює все більше аудиторії, викликаючи лавину репостів і коментарів. Згідно із науковою статтею «Емоції та вірусність: Що робить онлайн-контент вірусним?» Джона Бергер і Кетрін Л. Мілкман, вірусний контент - це онлайн-контент (відео, зображення, тексти тощо), який швидко поширюється між користувачами інтернету завдяки ефекту "сарафанного радіо" та соціальної передачі. Деякі види контенту стають вірусними, тобто надзвичайно популярними та поширеними, через певні свої характеристики. Ключові причини, чому деякий контент стає вірусним, це, по-перше, через емоційний вплив. Контент, який викликає сильні емоції, особливо емоції високого збудження, як захват, гнів чи тривога, більш схильний ставати

вірусним. Позитивний контент також більш вірусний, ніж негативний, але негативні емоції високого збудження також сприяють поширенню. По-друге, цікавість та інформативність. Контент, який сприймається як цікавий, захопливий, корисний і таким, що несе практичну цінність, має більші шанси на вірусність. Також важливим фактором є здатність дивувати. Контент, який здатний здивувати чи порушити очікування аудиторії, частіше стає вірусним. По-третє, соціальна активація. Коли контент добре представлений і соціально активований (наприклад, на видних місцях веб-сайтів чи в соцмережах), це збільшує його шанси стати вірусним. А також ще однією причиною чому контент може стати вірусним це емоційна стійкість. Контент, який закарбовується в пам'яті та зберігає емоційну наповненість навіть при передачі від людини до людини, краще підходить для вірусності. Отже, вірусний контент - це в основному емоційний, дивовижний, корисний і такий, що викликає збудження контент, який легко поширюється в соціальних колах через свою здатність впливати на емоції та уяву людей. Інтернет-меми володіють унікальною здатністю ставати вірусними та надзвичайно швидко поширюватися серед онлайн-аудиторії. Ключовими чинниками їхньої вірусності є модульність, змінюваність та культурний резонанс. Поява платформ, подібних до ТікТок, значно полегшила процес створення та поширення мемів у форматі відео. Раніше меми існували переважно як статичні зображення чи анімовані гіфки, тоді як вірусні відео були окремим явищем. Однак ТікТок інтегрував ці два елементи, надавши користувачам зручні інструменти для об'єднання візуального контенту та коротких відеофрагментів у одне ціле. Завдяки цьому відеомеми також набули властивостей реплікації, притаманних класичним інтернет-мемам. Успішні "карнавальні меми опору", які висміюють владу та державні наративи у сатиричній формі, також можуть швидко ставати вірусними, протистоячи репресивним режимам. Деякі з них настільки впізнавані, що можуть комерціалізуватися та використовуватися на банерах, товарах чи навіть зображеннях на зброї. Ключем до вірусності мемів є їхня здатність до культурного резонансу -

вони апелюють до спільних цінностей, поглядів та досвіду певної аудиторії. Модульність та змінюваність також відіграють роль, дозволяючи користувачам легко адаптувати та видозмінювати меми згідно з контекстом, що сприяє їх поширенню. Здатність мемів швидко охоплювати масову аудиторію робить їх потужним інструментом для поширення ідей, формування громадської думки та мобілізації протестів чи опору.

Реплікованість. Мем може відтворюватися і розмножуватися нескінченну кількість разів. Подібно до гену, він самовідтворюється, створюючи нові компоненти через копіювання, інколи мутуючи та оновлюючись, що забезпечує його довготривалу популярність. **Емоційність.** Меми передають емоції, викликаючи різноманітні почуття: від радості та захоплення до смутку і образи. Висока емоційна зарядженість забезпечує швидке поширення мема. **Серійність.** Меми можуть утворювати серії, об'єднані спільною тематикою та ідеєю. Це сприяє їх масовості та повторюваності, що робить меми ще більш впізнаваними і популярними. **Мімікрія.** Мем може наслідувати різні жанри: карикатуру, плакат, комікс, листівку, кулінарний рецепт тощо. Це дозволяє мемам легко адаптуватися до різних контекстів і привертати увагу широкого кола користувачів. **Мінімалізм форми.** Мем зазвичай мінімалістичний за формою, але водночас передає конкретний зміст. Стислість форми полегшує процес тиражування мема і його розуміння користувачами. **Полімодальність.** Меми можуть передавати інформацію через декілька каналів: текстовий та графічний. Це підвищує їх шанси знайти емоційний відгук у користувачів і стимулює бажання ділитися мемами. **Актуальність.** Меми часто прив'язані до конкретного соціального і культурного контексту, реагуючи на поточні події. Втрата актуальності події призводить до зменшення популярності відповідних мемів.

Гумористична спрямованість. Більшість мемів належать до жанру мережевого гумору, заснованого на непередбачуваності. Хоча існують і меми, що апелюють до негативних емоцій, гумор є основним чинником, який привертає увагу користувачів. Гумор є важливим інструментом соціалізації людини та невід'ємним елементом її життя. Це багатогранне явище, що охоплює соціальні, психологічні, історичні, культурні та прагматичні аспекти. Дати точне лінгвістичне визначення гумору досить складно, оскільки складові цього поняття змінюються з плином часу. Ця мінливість зумовлена тим, що самі суб'єкти, які використовують гумор, також еволюціонують та змінюються. Отже, гумор є динамічним феноменом, який трансформується разом із людьми, що його творять та сприймають. Анрі Бергсон у своїй роботі «Сміх» детально аналізує природу сміху, виділяючи його як реакцію на комічне. За Бергсоном, сміх часто виникає через механічність, автоматизм або певну неприродність в поведінці людини або ситуації. Він також наголошує на тому, що комічне в словах може мати два види: те, що виражається за допомогою мови, та те, що створюється мовою. У контексті мемів, важливо розуміти, що саме мова мемів часто є джерелом комічного ефекту. Меми, як правило, використовують різноманітні форми гумору, такі як сарказм, іронія, абсурд чи пародія. Наприклад, фрази, які виражають комічне через несподіване порівняння або гру слів, можуть викликати сміх завдяки своїй несподіваності та оригінальності. Це добре ілюструє тезу Бергсона про те, що мова сама по собі може бути комічною, незалежно від контексту чи автора висловлювання. Крім того, Бергсон розглядає поняття "гостроумності" (*l'esprit*) як здатності драматизувати ідеї, змушуючи їх "розмовляти між собою". Багато успішних мемів також базуються на ефекті "обокраденого злодія", коли відома фраза, цитата чи метафора обертається проти того, хто її вимовляє, створюючи комічний парадокс. Це перегукується з описом Бергсона, де гострослів'я часто полягає у створенні маленьких комічних сценок, де фрази чи ідеї зіштовхуються одна з одною несподіваним чином. Таким чином, робота Бергсона

щодо природи комічного в мові та гостроумності залишається актуальною і в контексті сучасних інтернет-мемів. Успішні меми часто ґрунтуються на грі слів, каламбурах та драматизації ідей, створюючи комічний ефект через лінгвістичні парадокси чи зіткнення очікувань.

Також характеристикою мему є **медійність і фантазійний характер**. Меми відображають особливості інтернет-контенту, такі як візуалізованість, анонімність, стирання кордонів між користувачами, детабуїзація. Вони активно залучені в систему засобів масової комунікації, що сприяє їхньому швидкому поширенню. Деякі меми створюються завдяки фантазії, що перетворює їх у ігровий простір. Використання програм для обробки зображень, створення неіснуючих ситуацій – все це робить меми захоплюючими і цікавими. Інтернет-меми виконують різноманітні функції: комунікативну, когнітивну, регулятивну, етнічну, фатичну, естетичну, емотивну, метамовну, магічну і карнавальну. Вони подібні до вірусів, захоплюючи все нових і нових користувачів та передаючись як горизонтально – між представниками одного покоління, так і вертикально – від покоління до покоління.

У підсумку, інтернет-меми стали невід'ємною частиною сучасної комунікації завдяки своїм унікальним характеристикам та здатності швидко поширюватися в Інтернеті. Вірусність мему, його здатність до реплікації, емоційність, серійність, мімікрія, мінімалізм форми, полімодальність, актуальність, гумористична спрямованість, медійність і фантазійний характер – усе це сприяє їх популярності та впливу. Кожна з цих характеристик робить меми впізнаваними, привабливими та здатними резонувати з великою аудиторією. Характеристики мему та здатність до швидкого поширення роблять їх важливим елементом сучасної цифрової культури.

1.3. Інструменти аналізу мемів

Класифікація мемів є складним завданням, оскільки меми є різноманітні форми та зміст, та їх еволюція відбувається дуже швидко. Незважаючи на це, є загальна класифікація і деякі дослідження, які спробували класифікувати меми за різними ознаками. Класифікацій у мемів безліч. Загально їх ділять за різними ознаками. Наприклад, за способом зародження розрізняють: Навмисно створені (так звані "форсед мем", які створюються маркетологами або користувачами для розкручування бренду або самих себе); Кооптовані (такі, які начебто виникають спонтанно, але моментально підхоплюються зацікавленими сторонами та розкручуються з якоюсь метою); Самозароджувані (абсолютно народна творчість, мем у чистому вигляді, «вірусняк»).

У науковій роботі «Інтернет-меми як ретранслятори культури у китайськомовному медіапросторі» автори М.О. Война і Д.А. Шершун зазначають, що за семіотичними ознаками меми можна поділити на візуальні, аудіальні, текстові та змішані. Візуальні меми є найпоширенішими і включають картинки, макроси, демотиватори, поради, комікси, фотожаби, фейси тощо. Аудіальні меми представляють пісні, слогани та девізи. Текстові меми охоплюють словесні вирази, неологізми, вірші, слогани. Змішані меми, такі як відеомеми, поєднують візуальні та аудіальні характеристики. Деякі джерела відносять до змішаних мемів (креолізованих) картинки з текстом, оскільки вони містять як візуальний, так і вербальний контент. До текстових (або вербальних) мемів можна також віднести смислові меми, що представляють собою події чи явища, які стали мемами самі по собі, без чіткого семантичного представлення. Інтернет-меми є унікальним способом передачі інформації та емоцій у віртуальному просторі. Вони можуть набувати різноманітних форм та класифікуватися за певними критеріями. Візуальні та текстово-візуальні меми, зокрема, характеризуються структурною різноманітністю. Деякі меми побудовані за двоскладовою моделлю, де перша

частина виконує роль зав'язки, а друга – панчлайн. Такі меми часто поєднують зображення та текст, створюючи певний контекст чи настрій, як-от демотиватори. Інші меми базуються на використанні відомих персонажів, де саме візуальний компонент передає основне повідомлення. Прикладом може слугувати мем із зображенням актора Роберта Дауні-молодшого, який виражає втому та приреченість. Також існують синтаксичні меми, які ґрунтуються на повторюваній текстовій структурі, де окремі елементи можуть варіюватися. Наприклад, популярний вислів "Можна нескінченно дивитися на три речі..." може трансформуватися в мем шляхом заміни останньої частини. Ситуативні меми-комікси також використовують типову схему, де змінюються певні компоненти, створюючи нові варіації. Крім того, є термінологія для позначення різних видів мемів, таких як емотикони, реакції (макроси), іміджборди, фейси, едвайси та демотиватори. Кожен із цих видів має свої особливості та способи передачі інформації та емоцій у віртуальному середовищі. Наприклад, емотикони – прабатьки смайлів, емоджі та реакцій. Реакції або Макроси - картинки для передачі ваших емоцій по відношенню до побаченого в мережі. Іміджборди - форуми, де зародилася традиція ділитися картинками, щоб передати свої почуття. Фейси – відмальовані особи, які характеризують різні типи людей чи різні емоції. Едвайси – квадратні картинки з тваринами чи людьми на кольоровому фоні та з двома супровідними написами. Демотиватори – картинки у рамці з написом унизу.

Меми можна класифікувати залежно від каналів їх поширення. Один із наймасовіших та найпопулярніших видів – це інтернет-меми. Як і масова інформація, меми можуть поширюватися через різні канали, такі як телебачення, друкована преса, радіо. Ще однією формою передачі мемів є канали особистої комунікації: міжособистісне спілкування та спілкування однієї особи з аудиторією. Варто зазначити, що цей принцип класифікації є умовним, оскільки одні й ті самі

меми можуть поширюватися різними каналами. Інтернет-меми можна ділити і за таким критерієм, як термін життя, наприклад короткострокові меми - це ті меми, які перестають бути актуальними так само спонтанно, як і виникли. Їхнє поширення триває від кількох днів до кількох місяців, після чого процес реплікації уповільнюється або зупиняється. Довгострокові меми - це меми, які живуть, тобто активно поширюються користувачами набагато довше, ніж тривала сама історія, що стала основою для мема. Такі меми можуть залишатися популярними роками. Мемі також проходять через різні фази життя. Залежно від обставин, поширення мема може займати від кількох днів до кількох років. З часом настає "період пересичення", коли мем витісняється іншими, новими мемами. Іноді мем залишається відомим лише вузькій аудиторії користувачів інтернету. Таким чином, класифікація мемів за каналами поширення та терміном життя дозволяє краще розуміти їхню динаміку та вплив на суспільство.

Крім глобальних методологічних векторів соціологічного знання, вивчення мемів може включати такі методи аналізу, як мультимодальний аналіз, контент-аналіз та дискурс-аналіз. Мультимодальний аналіз дозволяє врахувати різні канали комунікації, що використовуються при поширенні мемів, і дозволяє типологізувати зібраний матеріал. Дискурс-аналіз та контент-аналіз сприяють розумінню процесу деконтекстуалізації та реконтекстуалізації мемів, а також розумінню конвенційних зв'язків, що виникають у розвитку життєвого циклу мема і являються новою дискурсивною освітою. Метод івент-аналізу, як підвид контент-аналізу, використовується для перевірки теорій, що конфліктують одна з одною. Цей метод дозволяє систематизувати та упорядкувати процес, що цікавить дослідника, і може застосовуватися у різних сферах життя, таких як політика, економіка, культура. Подієвий аналіз дозволяє створити банк даних та отримати уявлення про динаміку конфліктів та розвитку міжнародних відносин. Мережевий спосіб поширення мемів

надає можливість накопичення емпіричної бази для дослідження. Інтернет-меми можуть бути аналізовані за допомогою подієвого аналізу, що відображає динаміку соціально-політичного та соціально-економічного життя суспільства.

Дослідження мемів — це активна галузь досліджень, яка вивчає поширення, еволюцію та вплив мемів в культурі та суспільстві. Існує кілька способів дослідження мемів, наприклад, кількісний аналіз. Використовуючи методи комп'ютерної лінгвістики та аналізу тексту, дослідники можуть вивчати велику кількість мемів, аналізуючи їх поширення, використання та реакції на них. Вони можуть аналізувати дані з соціальних медіа, форумів, блогів та інших онлайн-джерел, щоб визначити популярні меми, їхні зв'язки та широкі суспільні впливи. Також дослідники можуть проводити якісні дослідження, де вони глибоко вивчають окремі меми, їхні контексти та вплив на культуру. Це може включати інтерв'ю з користувачами, спостереження за використанням мемів у реальному житті, аналіз медійних звітів тощо. Дослідники можуть виконувати соціологічні дослідження, щоб вивчити, як меми впливають на суспільство та його ставлення до різних питань. Вони можуть досліджувати, як меми використовуються для мобілізації груп, формування громадської думки або поширення стереотипів. І нарешті, дослідники можуть вивчати меми як частину культурного контексту, враховуючи їхні зв'язки з історією, політикою, медіа та ін.

Отже, аналіз мемів є складним завданням через їх різноманітність, швидку еволюцію та поширення. Однак, існують різні інструменти та підходи, які допомагають дослідникам вивчати меми та їхній вплив на культуру й суспільство. Класифікація мемів за різними ознаками (походження, семіотика тощо) дозволяє систематизувати їх та полегшує аналіз. Мультимодальний аналіз, контент-аналіз, дискурс-аналіз та івент-аналіз є методологічними інструментами, які допомагають дослідникам вивчати процеси деконтекстуалізації, реконтекстуалізації та

поширення мемів, а також їхній вплив на суспільно-політичне та соціально-економічне життя. Загалом, дослідження мемів поєднує кількісні та якісні методи, що дозволяє проводити як глобальний аналіз поширення та еволюції мемів, так і глибоке вивчення окремих випадків і їхнього контексту.

РОЗДІЛ II. МЕМИ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ

24 лютого 2022 року РФ розпочала повномасштабну війну проти України, що супроводжується інформаційним протистоянням. Російська влада веде масштабну інформаційну війну, спрямовану на дискредитацію українського керівництва і ЗСУ, залякування та деморалізацію населення України, зокрема на тимчасово окупованих територіях, а також на послаблення міжнародної підтримки України. Українське керівництво приймає всі можливі заходи для протидії російським деструктивним інформаційним впливам на національному та міжнародному рівнях. Воно оперативно поширює інформацію про ситуацію через різні канали комунікації, розкриває російську дезінформацію і проросійські пропагандистські ресурси, а також закликає європейські країни припинити мовлення російських ЗМІ. Українське громадянське суспільство також активно протидіє російській пропаганді. Важливу роль у цьому процесі відіграють інтернет-меми, які стали потужним засобом формування іронічно-саркастичного ставлення до російської влади і російської армії, сприяють згуртуванню української нації перед зовнішньою загрозою та підтримці високого морального духу українців і віри у перемогу. Україна активно створює політичні меми, що стали особливо поширеними після вторгнення Росії у лютому 2022 року. Це видно у зростанні виробництва та поширення українських мемів, зокрема в спеціалізованих соціальних мережах, які присвячені воєнним мемам. Прикладом можуть слугувати Telegram канали «Державне Бюро Мемів», «Збройні Мемі України», «Музей військових мемів», «Мемний батальйон», : «Перша приватна мемарня» та «Український наступ», Instagram-аккаунт @Ukrainearmedmemes і Твіттер @uamemesforces. Навіть Міністерство оборони України час від часу ділиться мемами у своєму Twitter- аккаунті. Ці ресурси послуговували джерельною базою і для цієї роботи.

Українські військові меми мають різні цілі і націлені на різні аудиторії – вітчизняну, західну та російську. Для українців меми створюють приємний відпочинок від напруженості воєнного часу та піднімають їхній настрій. Українські меми, спрямовані на західну аудиторію, можуть бути ефективним інструментом комунікації, що допомагає формувати громадську думку та здобувати підтримку політиків. Що стосується росіян, то меми спрямовані до них у контексті війни в соціальних мережах, яка є віртуальним продовженням фізичної війни. В інтернет-просторі меми є ефективною зброєю, оскільки вони здатні привернути увагу за допомогою емоційного звучання та гумору. Мемі також є швидким та ефективним способом досягти масової аудиторії, особливо завдяки подібності між російською та українською мовами, що робить цю віртуальну зброю ще ефективнішою. Мемі, як популярний формат візуального висловлювання, не могли уникнути цієї теми. Вони стали потужним інструментом для вираження власних поглядів, гумору, сатири та критики щодо війни та її учасників. Українські та російські користувачі соціальних мереж активно створюють та поширюють меми, які ілюструють різні аспекти цього конфлікту. Одна з головних тем, яку можна зустріти у мемах стосовно російсько-української війни, - це сатира на політичні лідери та військових командирів обох країн. Мемі використовують відомі образи та жарти, щоб показати незгоду з їх діями, нагадати про негативні наслідки війни та висміяти їх висловлювання. Це дозволяє користувачам виразити свою незадоволеність і викликати гумор у важкий період війни. Також у мемах можна знайти порівняння між російською та українською культурою, стереотипи та кліше, що стосуються обох народів. Це може бути спроба насмішки з різниці між ними або показати спільні риси та поділитися здоровим гумором. Присутність таких мемів вказує на пошуки спільного Мемі стали невід'ємною частиною цифрового простору, в якому люди активно обговорюють російсько-українську війну. Цей контекст війни знайшов своє відображення в безлічі мемів, які відображають різні аспекти цього конфлікту. У цих

мемах виявляються різноманітні погляди на війну, від роздратування та обурення до гумору і іронії. Вони часто створюються з метою показати абсурдність ситуації, висміяти політичні лідерів, зобразити карикатурні образи військових дій і пропаганди. Російсько-українські меми можуть також стати інструментом мобілізації громадської думки та виявлення солідарності з українським народом. Вони використовуються для зміцнення національної самосвідомості, висміювання російської пропаганди та вираження підтримки українським військовим. З огляду на гострий характер війни, у мемах можна спостерігати елементи галузевого гумору, що відображають військові реалії. Вони можуть використовувати термінологію, символи та іконографію, пов'язану з військовим життям, щоб створити меми, зрозумілі військовим та ветеранам. Загалом, російсько-українські меми відображають складний і контроверсійний контекст війни, виражають емоції, думки та позиції різних груп населення.

Отже, Російсько-українська війна 2022 року супроводжується активним використанням інтернет-мемів у інформаційному протистоянні. Меми стали потужним інструментом для вираження різних поглядів, емоцій та позицій щодо війни. В Україні виникло багато спеціалізованих ресурсів, присвячених воєнним мемам, таких як телеграм-канали, інстаграм та твітер-акаунти. Українські меми мають різні цілі: для внутрішньої аудиторії вони є засобом емоційної розрядки та підтримки бойового духу, для західної аудиторії - інструментом комунікації для формування громадської думки, а для російської - зброєю в інформаційній війні. Меми висміюють політичних лідерів, військових, пропаганду, зображують абсурдність ситуації. Вони використовують гумор, сатиру, культурні стереотипи та військову термінологію. Українські меми спрямовані на зміцнення національної самосвідомості, викриття російської пропаганди та підтримку ЗСУ. Таким чином, меми російсько-української війни відображають складний контекст конфлікту,

виражають емоції різних груп населення та є важливим елементом інформаційного протистояння.

2.1. Гумор як засіб впливу та сприйняття у контексті війни

Чарлі Чаплін якось сказав: «Життя — це трагедія, якщо дивитись на нього крупним планом, але комедія в далекому плані». Те саме можна сказати і про війну. Майже всі війни походять від людських помилок і невдач; у світлі історичного судження їх можна було б уникнути, лише якби переважала холодна голова. Війна завжди супроводжується жахами, стражданнями та тривогами. Однак гумор може стати рятівним життєвим засобом для подолання цих важких обставин. Сміх допомагає звільнитися від емоційного напруження, отримати здоровішу перспективу та відновити оптимізм. Більшість людей визнають, що гумор допомагає пережити жахи війни та стрес, які вона приносить. Незважаючи на свою руйнівну та трагічну природу, війна історично була темою для творів комедії та гумору. Від сатиричних п'єс Арістофана під час Пелопоннеської війни в Стародавній Греції до чорного гумору письменників та художників 20-го століття, коміки використовували гумор, щоб висвітлити безглуздість, жорстокість та абсурдність війни. Арістофан, одним з перших майстрів військової комедії, висміював ватажків, що розпалювали війну, і співчував простим людям, яких змушували йти на бійню. Шекспір зображав протилежні образи хвалька Фальстафа та хороброго Гаррі Хотспура, щоб дослідити мотиви та людську природу у війні. Письменники, такі як Вольтер та Свіфт, спритно висміювали нісенітницю, через які починалися війни. Однак світові війни 20-го століття з їхніми жахливими спустошеннями та масовими жертвами серед мирного населення змусили коміків прийняти новий вид чорного гумору та сатири відчаю. Історично, коміки та митці використовували гумор для критики диктаторів, агресорів та для підняття духу в часи війни. Ця техніка виявилася особливо

актуальною під час Другої світової війни, коли вона допомагала знижувати моральний авторитет ворога та підтримувати воїнів у боротьбі. Від сардонічних творів Джорджа Бернарда Шоу до сатиричних робіт художників, як-от серія офортів Гойї "Жахи війни", автори прагнули розкрити повну трагедію сучасної війни, ставлячи під сумнів ідеї прогресу та технологій, які полегшували масове знищення. У 1940 році Чарлі Чаплін зняв антигітлерівський фільм "Великий диктатор", що став сатиричною критикою нацизму та диктаторських режимів. Американська анімаційна студія Warner Brothers у 1942 році випустила короткометражний мультфільм "Ducktators", де гумористично висміювались Гітлер, Муссоліні та Тохо. Крім того, сатиричні карикатури на тему війни та політичних подій стали популярними в період Другої світової війни. Карикатуристи зображували події, такі як підписання пакту Молотова-Ріббентропа, що викликали гостру критику та гумористичне ставлення до політичних режимів. Незважаючи на жахливу статистику втрат серед мирного населення, коміки наполегливо нагадували про безглузду руйнівність війни за допомогою їдкового гумору та сатири як засобу подолання трагедії та викриття божевілля. Гумор під час війни є водночас проявом людської стійкості та протесту проти незбагненого насильства.

Гумор, зокрема темний гумор, може допомогти людям впоратися зі складними ситуаціями, дозволяючи їм побачити абсурдність обставин та знайти з ними спільну мову. Використання парадоксального наміру, яке використовував у своїй практиці Віктор Франкл у лікуванні тривоги. В основі цього підходу лежить ідея того, що пацієнт, замість того, щоб уникати чи боротися з неприємними симптомами, активно спрямовується на їх виклик та намагається збільшити їх вираження. Пацієнт намагається відобразити свої симптоми більш інтенсивно, що, за теорією, призводить до зменшення їхньої потужності та покращення стану. Наприклад, якщо людина страждає від невроту або тривожності, вона спрямовується

на те, що викликає її тривогу, і може навіть намагатися приймати її більш серйозно, ніж раніше. Цей метод допомагає відокремити себе від власного стану і знизити його вплив. Подібним чином гумор допомагає перейти від відчаю до надії, страху до святкування життя. У контексті гумору як реакція на війну, парадоксальний намір може бути інтерпретований як спроба суб'єкта реагувати на стресову ситуацію війни. Гумор може виступати як спосіб висміювання власних симптомів або проблем, зосереджуючись на них та роблячи їх більш видимими. Це може допомогти особі знайти певну відстань від стресу та тривоги, які супроводжують війну, та знизити їхню інтенсивність. Таким чином, гумор може виступати як психологічний механізм захисту, що допомагає людині краще впоратися зі стресом війни та його наслідками. Гумор дозволяє людям переосмислити складні ситуації, перейти від страху до надії та оптимізму. Через гумор люди можуть виявити силу подолати труднощі та випробування війни. Крім того, він дозволяє переглянути ситуацію з іншого ракурсу та знайти у ній позитивні аспекти. Наприклад Шоу Джея Лено та Девіда Леттермана, а також інших стендап-коміків, постійно гострять публічні виступи жартами про події світової політики та війни. Коміки, ситками, жарти завжди є популярними, особливо у складні часи, оскільки вони забезпечують необхідний розряд емоцій. Також як приклад використання гумору у контексті війни можна згадати фільм "Життя прекрасне" Роберта Беніньї, який комбінує трагедію Голокосту з гумором, показує, що навіть у найтемніших періодах історії можна знайти елементи сміху та оптимізму. У кінцевому підсумку, гумор допомагає нам підвищити рівень відкритості, знайти внутрішню силу та надію, навіть у найскладніших обставинах. Він є засобом вираження суперечностей та абсурдності війни, а також шляхом до переосмислення та подолання страху перед нею.

Стаття "Український їдкий воєнний гумор має дивовижні радянські корені" написана Чарльзом Шоу, який є доцентом радянської історії в

Центральноєвропейському університеті у Відні, розглядає використання гумору під час війни в Україні та його зв'язок з радянськими традиціями. Головною тезою статті є те, що гумор став важливим засобом впливу та сприйняття українського суспільства під час воєнного конфлікту. Автор розглядає використання гострого, іронічного гумору як відповідь українських військових та цивільних осіб на російську агресію. Він наводить приклади такого гумору, такі як експліцитні вислови на дорожніх знаках, меми про фермерів, які тягнуть танки, та образи на поштових марках. Чарльз Шоу показує, що українська держава активно використовує гумор для формування свого образу в цьому військовому конфлікті. Для повного розуміння значення гумору у захисті України автор звертається до історії та спадщини Другої світової війни. Він вказує на те, що Україна усвідомлено використовує сміх для підтримки своєї позиції на правильній стороні справедливої війни, за аналогією з тим, як це робила Радянська влада у відношенні до Німеччини під час Другої світової війни. Автор стверджує, що радянські традиції використання гумору були успішно застосовані для підтримки морального доводу про правильність сторони СРСР у війні, як і внутрішньо, для підтримки соціального моралю та як засіб впливу.

Отже, під час Другої світової війни Радянський Союз цілеспрямовано використовував гумор та сатиру як потужний інструмент для подолання страху, підняття бойового духу та мобілізації суспільства проти нацистської Німеччини. Радянська влада усвідомлювала силу сміху для зміцнення моральних аргументів та об'єднання народу навколо "справедливої війни". Одним з ключових прикладів є робота відомого радянського карикатуриста який був народжений в Україні, Бориса Єфімова. [Додаток 17] Він порівнював карикатуристів зі "снайперами", які мали знайти "вразливі, смішні точки ворога", щоб зробити його смішним і тим самим подолати страх. Єфімов стверджував, що сміх давав "позитивний заряд" і відчуття

полегшення, яке було вкрай необхідним на тлі жахів війни. Провідний радянський сатиричний журнал "Крокодил" у своєму першому номері після німецького вторгнення проголосив: "Вбивці не вміють сміятися. Вбивці бояться сміху. У фашистській Німеччині сміх заборонений". Таким чином, гумор став барометром "справедливої війни" для Радянського Союзу. Письменник і військовий кореспондент Ілля Еренбург закликав радянських митців не просто виховувати ненависть до ворога, а й "навчити зневаги" через сатиру, висміюючи лицемірну суть "фріців". Він вважав, що така гостра образа та постійна лють були необхідні для перемоги. У 1942 році група карикатуристів "Кукринікси" та художній колектив "Вікон ТАСС", які створювали плакати для фронтової преси, отримали Сталінську премію - найвищу нагороду СРСР, визнаючи роль гумору у війні. На письменницькій конференції 1943 року радянські діячі культури відзначили "гігантський ріст" значення сміху в суспільстві під час війни. Один письменник високо оцінив роль гумору у створенні "морально-політичної єдності, якої бракує нашим ворогам". Таким чином, Радянський Союз цілеспрямовано використовував гумор, сатиру та карикатури як "зброю" для подолання страху, зміцнення єдності та спрямування ненависті проти нацистських загарбників під час Другої світової війни. Подібно до сучасних українських мемів, які допомагають протистояти страхам війни, західні спостерігачі уважно стежили за радянським гумором, перекладаючи карикатури з газет та описуючи їх по радіо, щоб оцінити настрої радянського народу. Одним із прикладів такої публічної дипломатії були знамениті "Вікна ТАСС" - серія сатиричних плакатів, створених художниками, одним із яких був і Борис Єфімов. .

[Додаток 17] Ці карикатури з їхнім похмурим гумором передавали відчуття терміновості та закликали західних союзників відкрити другий фронт у Європі. Так, у 1942 році карикатура Єфімова "Дамоклів меч" **[Додаток 17]** з'явилася в британських газетах, зображуючи величезний британський меч, що нависає над головою Гітлера, але західні лідери не поспішають його скинути. На внутрішньому

фронті гумор допомагав радянським солдатам підтримувати бойовий дух. Вони жадібно читали гумористичні розділи фронтових газет, а деякі навіть надсилали власні жарти й пропозиції до сатиричного журналу "Крокодил". Образ життєрадісного та витривалого радянського солдата будувався на класичних творах, наприклад "Василь Тьоркін" Олександра Твардовського, та збірниках солдатського гумору. Радянські письменники часто черпали натхнення із солдатського фольклору, вважаючи його більш сміливим і невимушеним. Вони також пояснювали походження російського гумору історичними зв'язками з Україною та козацькою культурою. Згадувалися такі твори, як "Тарас Бульба" Гоголя з його описами "їдкою слова" козаків та картина Рєпіна "Запорізькі козаки", що зображає їхній буйний сміх. Апогеєм стала непристойна вірш-відповідь "партизана Івана" німцям у 1943 році, написана в традиції легендарної відповіді запорізьких козаків турецькому султану. Цей ризикований текст, сповнений лайливих образів, закликав ворога забиратися геть і погрожував жорстокою розправою, передбачаючи жорстокість, яку невдовзі продемонструють радянські війська в Європі. Отже, завдяки поєднанню військової необхідності, пропаганди та культурних традицій радянський гумор під час Другої світової війни став потужною зброєю для підняття бойового духу і психологічного тиску на ворога.

Гумор завжди використовувався як засіб вираження та сприйняття в різних історичних контекстах, включаючи періоди війн. В умовах конфліктів гумор може виступати як катарсис, спосіб знайти втіху або виразити протест. Він може також використовуватися як інструмент впливу, щоб перетворити або перевернути загальні уявлення про події війни. В контексті дослідження культури участі та її ролі в сприйнятті гумору відносно війни ми можемо побачити, що ця тема стає ключовою. Культура участі - це феномен, що зародився з появою інтернету та отримав широке розповсюдження завдяки новим медіатехнологіям. Її витoki

сягають часів фанатської культури навколо популярних телевізійних шоу, коли глядачі починали створювати власний контент - фанфіки, аналізи сюжетних ліній тощо. Генрі Дженкінс, провідний дослідник культури участі, визначає її як культуру з низькими бар'єрами для художнього вираження та громадянської активності, де внески членів цінуються, присутнє відчуття соціального зв'язку між ними. Він виділяє кілька критеріїв, за якими онлайн-культура вважається партисипативною:

1. Низькі перешкоди для залучення (творчого та громадського).
2. Сильна підтримка створення та обміну контентом всередині спільноти.
3. Визнання цінності внесків кожного учасника.
4. Наставництво досвідченіших членів над новачками.
5. Відчуття свободи робити внески в будь-який час.

Культура участі мотивує та заохочує своїх учасників до виробництва та створення контенту. Акцент робиться на обміні ідеями, інформацією та творчими роботами, що є актуальним для досліджень участі в соціальних мережах. Інтернет відіграв ключову роль у поширенні культури участі на інші сфери життя. Користувачі почали активно взаємодіяти з онлайн-контентом, реагуючи на новини та події, знаходячи однодумців через різні платформи. Це змінило право власності на контент та дестабілізувало владні відносини в медіаіндустрії. Культура участі виявилася особливо впливовою під час повномасштабного російського вторгнення в Україну 2022 року. Люди отримали можливість висловлювати емоції, знаходити підтримку, протистояти дезінформації та пропаганді репресивного режиму через творче самовираження. Меми стали одним з головних проявів культури участі в цей період. Починаючись як внутрішні жарти невеликих груп, вони швидко набували масового поширення та ставали політичними гаслами. Вони об'єднували людей у протистоянні російській агресії та дезінформації. Культура участі визначається як активна роль громадськості в створенні, розповсюдженні та перетворенні контенту.

Відповідно до теорії культури участі Генрі Дженкінса, соціальні медіа та онлайн-платформи перетворилися на простір, де споживачі стають активними учасниками у створенні контенту та формуванні дискурсу. Поняття культури участі надає можливість глибше вивчати, як інтернет-спільноти реагують на події та як це впливає на їхнє сприйняття світу. У контексті війни між Росією та Україною, культура участі виявляється у способах, якими інтернет-користувачі активно залучаються до створення та поширення мемів. Це створює простір для вираження особистих поглядів, а також впливає на формування громадської думки та ідентичності. За допомогою соціальних медіа користувачі можуть взаємодіяти з іншими учасниками спільноти, обмінюватися ідеями та формувати колективні наративи щодо війни. Теорія культури участі також вказує на зміну динаміки між споживачами та виробниками медіа контенту. Перехід від одностороннього спілкування до двосторонньої взаємодії означає, що споживачі мають активну роль у формуванні та поширенні інформації. Це створює унікальну можливість для вивчення впливу мемів на суспільну свідомість та перспективу війни через призму участі спільноти в онлайн-дискусіях. У контексті війни, особливо в сучасному цифровому світі, культура участі стає не лише засобом виразу думок та почуттів, але і способом впливати на глибокі рівні суспільних уявлень та переконань. Також гумор може бути засобом протесту, шляхом якого люди висміюють або критикують негативні аспекти війни та її наслідки. У цьому контексті культура участі виступає як катализатор, що активізує взаємодію між людьми та сприяє поширенню гумористичного контенту. Соціальні медіа, інтернет-форуми та інші цифрові платформи стають аренами, де громадськість може активно залучатися до створення та поширення гумористичного контенту, що стосується війни. Це створює можливість для широкого спектру людей висловити свої думки та почуття щодо конфлікту через гумор, що в свою чергу впливає на сприйняття цих подій. Крім того, культура участі в цьому контексті також підкреслює значення активної участі

громадськості у створенні та поширенні гумористичного контенту. Вона надає можливість кожному індивідууму висловити свої думки та почуття через гумор, що збагачує загальний культурний дискурс щодо війни. Культура участі - це поняття, яке привертає увагу академічного світу вже протягом останніх двох десятиліть, особливо завдяки широкому впровадженню Інтернету. Спочатку вона існувала в сфері аудиторії телевізійних шоу, де глядачі вирішували сюжетні повороти та створювали власні сюжетні лінії. З розвитком Інтернету культура участі поширилася на інші сфери, такі як взаємодія з контентом онлайн, реакція на новини та події, знаходження однодумців через чати та групи зустрічей.

Культурний критик Клей Ширкі навіть стверджує, що кожний новий споживач медіа також стає новим продюсером, що свідчить про динаміку зміни співвідношення між аудиторією та виробником контенту. Це спричиняє дестабілізацію владних відносин у різних галузях, включаючи Голлівуд. У світлі подій, що відбуваються, таких як російська агресія проти України у 2022 році, бажання реагувати та власноруч впливати на наратив війни стає ще активнішим. Інтернет стає платформою, де люди об'єднуються, діляться досвідом та політичними поглядами, а також виражають свої емоції та створюють нові засоби виразу, щоб протистояти наративам репресивного режиму. Меми глибоко пов'язані з культурою участі, бо вони є засобом виразу думок та почуттів, а також способом об'єднання громадськості. Вони можуть використовуватися для висміювання тоталітарних режимів та протистояння дезінформації. Культура участі відрізняється від традиційних форм культури тим, що надає можливість активної участі та взаємодії з вмістом. Ця культура дозволяє її учасникам відчувати соціальний зв'язок один з одним та переконуватися у значущості своїх внесків. Зокрема, Дженкінс зосереджується на онлайн-культурі участі серед підлітків, які стали активними користувачами Інтернету та продовжують впливати на цю сферу як дорослі. Таким

чином, доступ до Інтернету сприяє поширенню цієї культури серед всіх поколінь, роблячи її доступною для широкого кола людей. Влучним прикладом такого залучення громадскості є також флешмоби які почали ширитися у соціальних мережах почали на підтримку України під час російського вторгнення. Одним з таких став хештег #freetheleopards - заклик до Німеччини передати Україні танки "Леопард". Користувачі Facebook, Instagram, Twitter постили свої світлини в одязі з леопардовим принтом, а на акціях протесту люди виходили з плакатами "Free the Leopards". Найпопулярнішими хештегами в Twitter стали #RussiaInvadedUkraine та #UkraineUnderAttack, поширюючи інформацію про російське вторгнення. А хештег #RussiaIsATerroristState став частиною кампанії громадянського суспільства та українського уряду за визнання Росії на міжнародному рівні державою-спонсором тероризму через її агресивні дії. Наприкінці липня 2022 року Сенат США прийняв резолюцію із закликом до Держдепу визнати Росію терористичною державою. Такі форми громадянської активності в соціальних медіа демонструють, як культура участі, за Дженкінсом, дає можливість людям самоорганізовуватися у "простори спорідненості" навколо спільних інтересів та ідей. Вони можуть створювати та поширювати контент, мобілізуючи громадську думку, висловлюючи протест чи солідарність у критичному політичному діалозі на актуальні теми.

Отже, як підсумок цього розділу гумор відіграє важливу роль у сприйнятті та впливі під час війни. Культура участі в свою чергу, в контексті гумору як засобу впливу та сприйняття війни виявляється ключовою, оскільки вона активізує взаємодію між людьми та сприяє розширенню гумористичного контенту, що стосується конфлікту. Гумор допомагає людям впоратися зі стресом, тривогою та жахами, пов'язаними з війною, дозволяючи їм побачити абсурдність ситуації та відновити оптимізм. Використання парадоксального наміру через гумор може допомогти відсторонитися від негативних емоцій та знизити їхню інтенсивність.

Історично коміки, письменники та митці використовували гумор, сатиру та карикатури для критики диктаторів, агресорів та підняття морального духу під час воєнних конфліктів. Гумор ставав засобом висміювання безглуздості та жорстокості війни, а також способом переосмислення ситуації та знаходження оптимізму навіть у найтемніших періодах. Під час Другої світової війни Радянський Союз цілеспрямовано використовував гумор як "зброю" для подолання страху, зміцнення єдності та спрямування ненависті проти нацистських загарбників. Карикатури, сатиричні журнали та солдатський фольклор допомагали підтримувати бойовий дух та поширювати пропаганду про "справедливу війну". Сьогодні Україна успішно застосовує використання гумору для протистояння російській агресії. Вона формує свій образ через гострі жарти, меми та карикатури, що допомагає піднімати моральний дух та впливати на сприйняття конфлікту як всередині країни, так і на міжнародній арені.

2.2. Аналіз досліджень мемів про російсько-українську війну

Аналіз мемів, присвячених російсько-українській війні, є важливим інструментом для розуміння суспільних настроїв, культурних кодів та інформаційних стратегій, що використовуються під час війни. Цей підрозділ розглядає аналізи мемів здійснені різними науковцями. У контексті дипломної роботи на тему "Меми російсько-української війни як культурна практика" дослідження мемів набуває особливої значущості, адже дозволяє глибше зрозуміти цифрову репрезентацію війни та ставлення до неї різних суспільних груп. У цьому тексті буде розглянуто провідні наукові праці, присвячені аналізу мемів про російсько-українську війну, зокрема роботи Оксани Таран, Марії Заяць та Анни Ракитянської. Ці дослідження демонструють різноманітні підходи до вивчення мемів, такі як комп'ютерний контент-аналіз, аналіз метаданих та тематичної

спрямованості. Розгляд цих праць дозволить зрозуміти, як меми поєднують вербальні та візуальні елементи, використовують сатиру, гумор та неологізми для вираження ставлення до війни, емоцій та ідентичності.

Один із змістовних аналізів мемів про російсько-українську війну здійснили Таран Оксана і Заяць Марія у своїй праці «Комп'ютерний контент-аналіз інтернет-мемів про російсько-українську війну 2022 року». Вони здійснили комп'ютерний контент-аналіз мемів російсько-української війни, виявили їхні особливості і функції. Період вибірки аналізованих мемів становив з лютого по жовтень 2022 року та містив щонайменше 2 меми з кожного тижня війни. Вони зазначили що контент-аналіз вони здійснювали за допомогою комп'ютерних засобів, а саме за допомогою програмного забезпечення MAXQDA, розроблене для комп'ютерного аналізу якісних і змішаних методів даних. Серед цих даних можна виділити різноманітні типи інформації, такі як текстові файли, зображення, аудіофайли, відеофайли, бібліографічні файли, дані з опитувань, повідомлення на Твіттері або стенограми з фокус-груп. Оскільки обрані для дослідження меми подані у форматі зображень, вони обрали саме цей інструмент для свого дослідження. Для аналізу мемів за допомогою комп'ютерного контент-аналізу авторками була розроблена система категорій (кодів), яка включає формальні та змістові аспекти. Відносно формальних категорій мемів, вони включають такі елементи: тип мему, мова мему, рівні комунікації та тематичне спрямування. У своїй праці вони також використали алгоритм визначення формальної категорії "тип мему" та її поділ на субкатегорії з текстом, без тексту, індивідуальний, груповий, безособовий, гібридний. Змістові коди включають такі аспекти: лексика з підкатегоріями нормативна лексика і ненормативна лексика. Кількісний аналіз формальної категорії «тип мему» показав наступні результати: 195 мемів (81,2%) містять вербальну складову, тоді як 45 мемів (18,8%) є суто графічними без вербальної складової. Найпоширенішим є

індивідуальний тип мемів (84 меми, 35%). Другим за частотністю є груповий тип (79 мемів, 32,9%), третім - гібридний тип (49 мемів, 20,4%). Найменш поширеним виявився безособовий тип (28 мемів, 11,7%). Аналіз вербальних мемів за мовною ознакою показав, що найбільше використовувалася українська мова (63,2%). Частка англійської та російської мов склала відповідно 18,1% і 8,8%. Також були виявлені меми з написами суржиком (1,6%) та російськомовні в українській графіці (5,2%), що відображає розмежування етнокультурних кодів («свій - чужий») і використовуються як гумористично-саркастичний прийом. Мікс різних мов (наприклад, російська + українська або українська + англійська) зустрічається рідше і становить 3,1% від усієї вибірки. Варто зазначити, що авторки виявили “тематичне спрямування” яке містить 5 субкатегорій: культурні, соціальні, економічні, політичні, воєнні. Вони зазначають що переважна кількість мемів має воєнне спрямуванням (50,6 %), тобто ті меми що описували подвиги та здобутки української армії. На другому місці за їх дослідженням опинилася соціальна тема (15,8 %). Це меми на тему волонтерської діяльності як окремих осіб, так і великих волонтерських організацій, проблеми життя під час повітряних тривог та блекаутів. (14,6 %) зайняли меми політичного спрямування, головними героями яких є представники політичного світу та їхня реакція на війну або сатиричне висміювання політичних режимів. (5,7 %) це меми культурного спрямування, які також мали воєнний фон, наприклад сатиричне зображення реакції країни-агресора на перемогу українців у пісенному конкурсі Євробачення-2022. (2,5 %) зайняли меми що фокусувались на складній економічній ситуації в країні, яка звісно зумовлена війною. Переважно ці меми економічні проблеми всередині країни, як-от зростання цін на продукти, зміну курсів валют. Авторки зазначили що меми про війну засвідчили лінгвокреативний вибух, маркером якого є низка неологізмів, часто утворених шляхом контамінації (агрорейх, бледіна, бамбас, бівівна, чмобілізація, чмобіки, контамінована й написана з малої літери назва Німеччини – нікчемчина), нового типу словотворення (бавовна),

альтернативний стилістичний правопис (росія, білорусь). Отже, цей аналіз є дуже важливим для визначення функцій мемів і процентного співвідношення тематик мемів стосовно війни. Ця праця в якій досліджено комп'ютерний аналіз формальних і змістових категорій мемів, пов'язаних з російсько-українською війною, дозволив виявити різноманітні функції цих мемів. Зокрема, визначити, що меми можуть мати розважальну функцію, бути засобом колективного подолання стресу, виражати емоційно-оцінні смисли, чітко передавати ставлення до подій, виражати етнічну та ідентифікаційну приналежність, акумулювати культурні смисли, соціальний досвід та цінності, а також сприяти колективному залученню інтернет-спільноти. Більшість мемів мають вербальну складову, що дозволяє їм виконувати функції мови. Вербальна та візуальна складові взаємодоповнюють одна одну, збагачують мем новими сенсами та розширюють його можливості.

Влучний аналіз був також розроблений у праці Анни Ракитянської «The SUCHO Ukrainian War Memes Collection». Метадані для українських військових мемів у колекції SUCHO використовують різноманітний набір предметів. Часто суб'єктні висловлювання представлені у формі вербальних мемів, таких як "Чорнобаївка", "Бавовна", "М'ясо/креветки" (російські солдати/матроси, які мають бути убитими) та інші. Інші меми пов'язані з конкретними реаліями війни, подіями та особами, наприклад, "Повітряна тривога", "Керченський міст до Криму", "ленд-ліз" та інша військова допомога Україні, "військовий вербування/мобілізація Росії", "Росія" (загальне) тощо. Деякі меми мають більш абстрактний характер та передають інтелектуальну та емоційну оцінку подій, такі як: росіяни не цінують життя своїх солдатів, поступки Путіна/вагальна підтримка України, економічний вплив війни та інше. Зараз у Meme Wall є 64 теми. Найпопулярніші теми, які мають 5 або більше пов'язаних мемів, включають такі суб'єкти, як: хід/результат війни, Путін, російські війська, Росія, російська пропаганда та державні ЗМІ, "ленд-ліз" та інша військова

допомога Україні, Україна (загальне), "вербування/мобілізація Росії у війська", українські війська та інші.

Отже, Дослідження мемів, присвячених російсько-українській війні 2022 року, є важливим напрямком для вивчення цифрових проявів та сприйняття цього конфлікту. Провідними дослідженнями в цій сфері є праця Таран Оксани та Заяць Марії "Комп'ютерний контент-аналіз інтернет-мемів про російсько-українську війну 2022 року" та робота Анни Ракитянської "The SUCHO Ukrainian War Memes Collection". О. Таран і М. Заяць здійснили комп'ютерний контент-аналіз великої вибірки мемів за період лютий-жовтень 2022 року за допомогою програми MAXQDA. Дослідниці відзначили мовну креативність мемів, зокрема використання неологізмів та альтернативного правопису. Ракитянська у своїй праці проаналізувала метадані українських військових мемів з колекції SUCHO. Вона виявила, що меми мають різний ступінь конкретики/абстракції та передають емоційно-оцінні судження. Обидва дослідження демонструють, що меми є важливим засобом вираження ставлення до війни, емоцій, ідентичності та мобілізації. Вони поєднують вербальні та візуальні елементи, використовують сатиру, гумор, неологізми. Аналіз мемів допомагає зрозуміти цифрову репрезентацію війни та ставлення до неї різних суспільних груп.

2.3. Огляд мемів російсько - української війни

Російсько-українська війна 2022 року стала потужним каталізатором для створення величезної кількості інтернет-мемів, які відображають різні аспекти цього конфлікту. Меми висвітлюють широкий спектр тем, пов'язаних із війною, демонструючи ставлення суспільства до подій, використовуючи гумор, сатиру та творчість. У наступному тексті буде розглянуто головні тематики мемів, які виникли

в контексті російського вторгнення в Україну. Також буде зазначено як меми стали ареною боротьби в рамках більш широкого інформаційного протистояння в ході російсько-української війни 2022 року на конкретному прикладі. Також буде проаналізовано, як меми використовують культурні й історичні посилання, відомі кінематографічні кадри та шаблони для створення влучних й емоційно забарвлених повідомлень. Окрема увага приділятиметься поширенню специфічної лексики війни, неологізмів та іронічного переосмислення подій у вигляді мемів. Також буде проаналізовано конкретні серії мемів.

В березні 2022 року, українські користувачі Інтернету винайшли новий мем – "Чмоня". [Додаток 13]. Це слово походить від жаргонного терміну "чмо", який означає особу, що викликає відразу і огиду. Вигадане слово "чмоня" є більш м'яким та поєднує в собі іронію з жалістю. Головним героєм цього явища став Андрій Рязанцев, мешканець окупованого росіянами міста Горлівка в Донецькій області. Рязанцев брав участь у бойових діях на боці РФ і став одним з перших військовополонених ЗСУ. На фотографіях, розміщених у соціальних мережах, він виглядає маленьким, незначною статури, військової форми, виглядає приземлено та жалюгідно. Насправді, цей солдат знищив роки пропагандистської роботи російських пропагандистів, які намагалися створити образ непереможного та сміливого вояка. Після поширення фотографії в Інтернеті, російський військовий "Чмоня" став зіркою мемів. Відео з "Чмонею" під пісню "Не стій під вікном" гурту Русь стали популярними і отримали понад 40 мільйонів переглядів на платформі ТікТок. Однак, невдовзі в російських ЗМІ з'явився інший мем "Чмоня" - цього разу з зображенням звичайного кота. [Додаток 13]. Судячи з часових рамок поширення цього мему, а саме з кінця березня і на початку квітня, а також супровідних підписів, він був навмисно створений російською стороною як відповідь на український мем, щоб відволікти увагу від висміювання Рязанцева та російської армії загалом. Для

порівняння – стаття про українську версію мему чмоня вийшла 29 березня (Джерело – Сайт міста Тернополя «0352») , російська стаття (Джерело – сайт Дзен.ру) - 7 квітня. [Додаток 13]. Ймовірно російська версія мему про «кота Чмоню» була створена з метою відволікти людей від реального «Чмоні», про що також може свідчити оригінальний надпис на мемі «гей мандрівник! відвернися від поганих новин і подивися як виросла чмоня з мему» . Отже, це можна розцінювати як одну з можливих "воєн мемів" у цьому конфлікті, де кожна зі сторін використовувала інтернет-меми як інструмент інформаційного протистояння. Український мем "Чмоня" став потужною зброєю висміювання ворога, в той час як російський аналог був спробою нейтралізувати цей удар через створення альтернативного контенту. Незважаючи на те, що російській версії мему "Чмоня" з котом вдалося поширитися через традиційні ЗМІ та за запитами в пошукових системах вона переважала за кількістю зображень, у популярних на той час соціальних мережах, таких як TikTok, Instagram та Facebook, ця версія не здобула такої ж значної присутності та вірального поширення, як оригінальний український мем з полоненим російським військовим. Таким чином, можна стверджувати, що у цьому випадку інформаційного протистояння за допомогою мемів перевагу отримала українська сторона, чия версія мему демонструвала більшу резонансність та популярність серед користувачів соціальних медіа. Цей приклад ілюструє, як в умовах російсько-української війни 2022 року інтернет-меми стали однією з арен боротьби в рамках ширшого інформаційного протистояння між сторонами конфлікту.

Шаблони для візуальних мемів мають дуже специфічний характер. Деякі з них є класичними шаблонами, що були розроблені задовго до війни, наприклад, "Distracted boyfriend", "Окуляри Пітера Паркера", "Бафф Додж проти Чімса" та різні серії мемів, що базуються на популярних кадрах з фільмів і телебачення. Шаблиони візуальних мемів використовуються для створення візуального контексту та

емоційної підсиленості повідомлень. Вони дозволяють відтворити певну ситуацію або використати символіку, яка має визнану спільнотою значущість. Це створює зв'язок між мемом і сприйняттям аудиторії, допомагаючи мемам швидко розповсюджуватися та сприйматися з гумором чи іронією. Наприклад, шаблон "Distracted boyfriend" використовується для зображення ситуацій, де особа знімає погляд зі своєї "офіційної" або "очікуваної" опції на користь "привабливішої" альтернативи. Цей шаблон також був використаний для створення мемів, які ілюструють непередбачувані події чи зміну пріоритетів в ході російсько – української війни. Війна в Україні породила значну кількість мемів, які фактично стали джерелом нових популярних шаблонів. Ці шаблони базуються на образах, які з'явилися в ЗМІ після 24 лютого 2022 року, таких як Анджеліна Джолі та підліток у кафе у Львові, брифінг Конашенкова, зустріч Путіна з Шойгу і Герасимовим, Шавен Гіркін та інші.

Вербальні або ментальні меми зазвичай не пов'язані з встановленим візуальним шаблоном, хоча вони можуть використовувати його у своїх варіаціях. Ці меми використовують більш унікальний візуальний матеріал для ілюстрації тієї самої меметичної ідеї або тексту. Наприклад, кілька дуже різноманітних мемів ілюструють ідею, що мобілізація в Росії проводиться заради Володимира Путіна. Крім стокових фотографій і репродукцій творів мистецтва, словесні та ментальні меми часто ілюструються зображеннями, запозиченими з ЗМІ, військових репортажів або історичних фотоархівів. Кожен військовий мем існує в системі зв'язку, яка містить два типи посилань: історичні, що вказують на конкретну подію, особу чи ідею, які стали основою мема, і культурні, що передають значущість образів мема.

Меми не можна розглядати окремо від їхніх посилань, оскільки без них вони

стають незрозумілими. Навіть в рамках обмеженої семантичної групи українських військових мемів багато деталей втрачають актуальність, оскільки вони виходять з обігу в ЗМІ та найближчій пам'яті внаслідок подальшого розвитку війни. Один із потенційних прикладів це мем, що базується на шаблоні "мурашки по шкірі" з текстом "Привіт, Толя! У будь-якому випадку я буду запізнюватись. Міст горить". **[Додаток 14]**. Щоб зрозуміти цей мем, потрібно мати інформацію про вірусне відео свідків пожежі на мосту через Кримську/Керченську протоку, в якому звучить цей рядок. Отже, мем стосується фізичного хвилювання, спричиненого повідомленням про вибух на Кримському мосту 8 жовтня 2022 року. Відео є необхідною складовою цього мему, і без нього значення мему з часом стає нерозбірливим.

Іншим можливим джерелом втрати змісту є нерозбірливість зображень у мемах, які поширюються серед вузької соціальної групи і використовують візуальні посилання, незрозумілі за межами цієї групи. Ставлення до агресора та його армії є однією з найпоширеніших тем у мемах. Раніше значна частина українців не вірила в початок повномасштабного вторгнення та вважала росіян "братами" та "єдиним народом", вони були вплинуті живучими радянськими міфами. Одним із поширених уявлень було визнання величчч російської армії, яку характеризували як "другу армію світу", найсучаснішу, з новітнім озброєнням, одягом та навченими вояками, які вважалися непереможними. Ці уявлення склалося протягом років, і такий усталений образ російської армії мав місце. Соціальні мережі завалені мемами, які порівнюють російських окупантів і українську армію. Навіть під час відступу Збройні Сили України надавали жорстку відсіч російським окупантам. Цей бойовий дух, стійкість і рівень української армії вразили як військових, так і політиків, і звичайних людей у всьому світі. Таке враження підтверджують вислови Міністерства оборони США, Британії та генерального секретаря НАТО Йенса Столтенберга. Особливий ентузіазм в мережах викликали фотографії і відео знищення довгих колон, що

рухалися по українських дорогах. Наприклад, коли воїни 93-ї окремої механізованої бригади "Холодний Яр" в березні знищили ще одну партію техніки ворога, цитата Олексія Арестовича стала дуже популярним мемом: "Російська армія не сильна. Вона просто довга." Цей вислів набував великої популярності у численних мемах. 11 вересня 2022 року соціальні мережі висунули остаточний вердикт: "Якби друга армія світу сиділа вдома, ніхто б не усвідомив, яке це справжнє жалюгідство".

Після успішного наступу Збройних Сил України та швидкого звільнення Харківщини, меми про російську армію як найшвидшу армію у світі стали дуже популярними. Часто ці меми мали форму інтерв'ю з головнокомандувачем ЗСУ, де запитували: "Валерій, що потрібно нашим ЗСУ, щоб перемогти російську армію?" і отримували відповідь: "Ну... Спочатку її догнати!". Також було багато варіацій на тему швидкого наступу, наприклад: "Том Купер радить ЗСУ слухати мову, якою розмовляють місцеві - якщо китайською, то треба зупинятися". Меми також глузували з повідомлень російського командування про відступ, називаючи його своєрідним маневром: "Ми не відступаємо. Це ворог з позором біжить за нами", "Ми сміливо відступаємо, а бандерівці з позором біжать за нами"; "На Московії пісня Тату 'нас не догонят' визнана такою, що дискредитує російську армію". Інша популярна тема була про найшвидші тварини, де стверджувалося: "Після останніх новин гепард більше не вважається найшвидшою твариною, що біжить". Зрозуміло, що найшвидшою твариною став солдат російської армії. З контрнаступом на Херсонщині стала популярною переспівка української народної пісні: "Ніч яка місячна, зоряна, ясна, видно як драпа русня".

Приводом для іншого інтернет-мему стали вибухи на прикордонних територіях Росії, які ЗМІ країни-агресора називали "хлопками". Спочатку вибухи стали відомі у Білгородській області, а потім у Курській області. Мешканці як обласного центру, так і районних містечок скаржилися на вибухи та дим. Місцева

влада не надавала жодних пояснень, а російські ЗМІ повідомляли про "хлопки". Російською мовою слова "хлопОк" і "хлОпок" це слова-омографи, вони пишуться однаково і відрізняються лише наголосом. Рослина і тканина "хлопок" в українській мові називається "бавовна". Використовуючи омонімічність цих слів, українці перетворили російські "хлопки" у "бавовну" і почали поширювати меми у соціальних мережах. **[Додаток 15]**. Інтернет-мем "бавовна" поширювався у форматі зображень та відеокліпів, де грали на візуальній схожості квітки бавовни та хмари диму від вибуху. Новий виток популярності мему про бавовну настав улітку 2022 року, коли сталися вибухи на території тимчасово окупованого Криму - на аеродромі у Новофедорівці під Саками, біля великого залізничного вузла Джанкой та на військовому аеродромі Бельбек. 27 серпня 2022 року Міністерство оборони України представило персонажа Бавовнятко - аніمالістичне втілення популярного мему. За описом Міністерства оборони України, Бавовнятко – "тварина-привид. **[Додаток 15]**. Пухнаста і непосидюча. Вночі Бавовнятко тихо приходять на бази окупантів, склади, аеродроми, нафтопереробні заводи та інші місця, заповнені легкозаймистими предметами, і починає там бавитися з вогнем". Крім того, мем Bavovna поширився в англomовному сегменті інтернету як частина кампанії з підтримки України у війні.

Один з найпопулярніших та потужних мемів повномасштабної війни, який став символом національної гордості і поширився по всьому світу, це легендарна фраза українського прикордонника: "Русский военный корабль, иди нах..й", відповідаючи на пропозицію російських окупантів здати зброю. **[Додаток 16]**. Виявилось, що українці не лише не здалися, а й використали цю фразу зі значенням. І коли Збройні Сили України затопили флагман Російського Чорноморського флоту "Москву", це стало епічним моментом приниження і деморалізації Росії. Ось так зародився мем, який продовжує жити й поширюватися. Мем про російський

військовий корабель швидко розповсюдився у соціальних мережах у вербальній, візуальній, аудіо- і відео формі та їх поєднаннях. Фраза обігрувалась у різних контекстах, зокрема: "За всю війну лише одна людина вела успішні переговори – прикордонник з острова Зміїний"; "Зізнаємося, прикордонник зі Зміїного розповідав, куди йти не тільки кораблю", "За декілька діб єдиний напрям, в якому російська армія успішно просунулась – це на...", "Ми живемо у світі, де "іди на ..." більше не матюк, а громадянська позиція" тощо. Цей мем також набув поширення за межами інтернет-простору. У квітні 2022 року Укрпошта ввела в обіг марку із фразою-відповіддю захисників острова Зміїний "Русській воєнний корабель, іди ...". Марка випущена мільйонним тиражем двома номіналами для внутрішнього користування та відправки за кордон. Фраза про російський військовий корабель з'явилась на вуличних плакатах, дорожніх вказівних знаках, одязі, посуді, екосумках, автомобільних наліпках, сувенірних монетах тощо. Крім того, цей мем поширювали не лише українські, а й західні ЗМІ. Англomовний переклад фрази українського захисника "Russian warship, go ..." прикрасив сторінки авторитетних світових видань The Guardian, Daily Mail, Der Spiegel та The Week. Варто відмітити, що вислів "іди на ..." є полісемантичним, і може виражати зневагу до когось, намір когось принизити; вимогу залишити місце; бажання припинити спілкування з кимось; категоричну відмову виконати чийсь вимоги тощо. Нецензурна лексика характеризується ситуативністю вживання, відносною ідіоматичністю (кліше), асоціативністю значень, емоційним забарвленням та стилістичною невідповідністю нормам літературної мови.

Крім цього, існує безліч інших менш масштабних мемів, які також стали дуже популярними, а саме таких як "паляниця", "Путін — х..йло", "ватники", "рашисти", "московські карлики", "свинособаки", "путлер", "кримнашисти", "Чорнобаївка", "соняшники" і багато інших, які тривають практично нескінченно. Українці

проявили неабияку креативність у створенні мемів, пов'язаних із звільненням острова Зміїний від російських окупантів. Коли 30 червня 2022 року Збройні Сили України примусили російських військових залишити цей острів, Міністерство оборони РФ намагалось применшити цю поразку, назвавши відступ "жестом доброї волі". Така абсурдна реакція агресора стала поштовхом для поширення гумористичних вербальних та вербально-візуальних мемів у соціальних мережах. Інтернет-користувачі жартували, що "доброю волею і HIMARS можна досягти набагато більшого", а російський "жест доброї волі" українською означає "отримати тягла і втекти". З'явилися меми про те, що "в якості жеста доброї волі Росія прийняла рішення про розпад", а смерть Путіна пояснять "жестом доброї волі Путіна". Також поширювалися фото речника Міноборони РФ Ігоря Конашенкова з написом: "Наступним актом доброї волі планується вибух моста у Крим". А на могилах окупантів пропонували написати епітафію: "Загинув в якості акту доброї волі під час виконання завдань у межах спецоперації". Радник керівника Офісу президента Михайло Подоляк також приєднався до висміювання, розмістивши в Twitter пост: "Все йде за планом? Знову як жест "доброї волі" російські війська тікають з о. Зміїний, підтвердили в Міноборони РФ". Такі креативні меми стали яскравим прикладом того, як українці за допомогою гумору можуть висміяти і здискредитувати пропагандистські наративи ворога. Постійно зберігають популярність меми, які насміхаються з спроб сховати справжні наміри війни. Як протиставлення російському вислову "приїхали на навчання" з'явилися зображення українських воїнів з "фотоапаратом" - сучасною зброєю: "Український фотограф намагається сфотографувати російський літак ІЛ-76" . Або інший варіант: "- Чому ви спалили наш танк? Я думав, ми вас звільняємо. - А я думав, це фотоапарат і я вас фотографую". Всім росіянам, які приїхали в Україну на навчання, обіцяли автоматично проставити заліки! А дипломи видати в деканаті ЗСУ. Варіації цього мему надзвичайно різноманітні, залежно від історичних подій, але завжди з

переконаністю в перемозі: "В Чечню їздили на навчання, в Грузію на навчання, в Сирію - на навчання. В Україну - на навчання!!! Ок.. гниди. В нас ви отримаєте диплом... посмертно". Ці приклади ще раз підтверджують характерну особливість порівнянь. Використовується тактика порівняння як конкретних осіб, наприклад, командного складу, так і узагальнених образів військових або армій взагалі. Ці ілюстрації свідчать про іншу важливу особливість мемів - їх гнучкість і здатність адаптуватися до різних, іноді протилежних контекстів. Ще до початку повномасштабної війни зі словами пісні "Доброго вечора, ми з України" від PROBASS HARDI, з'явився культовий мем. Під ці слова і музику було створено безліч відео, що показують відважних українців, які протистоять російським окупантам. Цивільні люди зупиняють танки своїми тілами, переносять міни з цигаркою в зубах, в обличчя проклинають росіян, а військові танцюють у полях з автоматами чи ПЗРК, немов промовляючи своїм образом, що Україна витримає. Крім того, "все буде Україна" - також став мемом, оскільки Україна перетворилася на символ добра.

Нижче наведено приклади характеристики серій мемів російсько- української війни за мотивами формалізму В. Проппа і класифікацією Анни Ракитянської:

Серія №1 Арестович і два-три тижні [Додаток 1]

Герой першої серії мемів - Олексій Арестович із його відомим вислівом про те що війна ще буде тривати максимум два-три тижні. Оскільки Арестович використовував таку риторіку занадто часто, а війна все тривала, це стало справжнім мемом. Тобто визначення 2-3 тижні стало означати дуже не скоро і тому і стало насмішкою і набуло поширення в інших темах окрім війни. Цю серію можна віднести до мемів про політиків. Тип - текстово-візуальний Базове ядро серії – фраза “2-3 тижні” Наявна змінність сюжету, локацій мему Незмінним залишається персонаж про якого згадується чи до якого відноситься мем (Арестивич). Текст

кружляє навколо іронічного жарту про довготривалість якоїсь події Також відноситься до Синтаксичного мему (Синтаксичні – меми, засновані на структурі тексту, що повторюється.)

Серія №2 Кримський міст [Додаток 2]

Підриб Кримського мосту в Керчі спричинив фурор серед українців. Звісно всі були раді що незаконно побудованому мосту було завдано шкоди, і це вилилось в багаточисленні меми і насмішки над тим, що міст путіна було пошкоджено, а натомість, скляний міст Кличка у Києві (який росія намагалася знищити напередодні) витримав потужний вибух. Ця серія відноситься до іронічних мемів-подій. Тип – візуальний. Базове ядро – подія підрибу Кримського моста, фотографія з міста подій. Наявна зміна персонажів. Пояснення кореляції з подією – глузування з неміцності незаконно побудованого мосту, відчуття маленької перемоги України над росією.

Серія №3 Мирного рішення не буде [Додаток 3]

Один з найпопулярніших мемних персонажів як не дивно – Петро Порошенко. Фотографія яка спочатку була виставлена на власний профіль Порошенка в соц-мережі Фейсбук, де він розповів як вдало зібрав врожай грибів, дуже швидко розлетілася серед українських користувачів і викликала особливу увагу під час війни. Над політиком стали насміхатись що він герой і наче все може зробити. Можливо такий мем пішов від високої самооцінки Петра і хизування своїми успіхами, але у будь-якому разі глузування з політиків і відомих людей дуже розповсюджено. Особливу популярність цей мем отримав в соц-мережі ТікТок. Ця серія відноситься до мемів про політиків. Тип – візуально-текстовий. Базове ядро – фраза “Мирного рішення не буде”. Наявна змінність фотографії, тобто використовується тип міксового мему, де присутній фотошоп і змішування

фотографій. Змінність ситуацій під які підставляється персонаж і головна фраза. Незмінність персонажу Порошенка і фрази. Урізноманітнення причино-наслідкових зав'язків. Також відноситься до Синтаксичного мему.

Серія №4 Відключення електроенергії в Україні [Додаток 4]

Постійне відключення електроенергії в Україні хоч і є неприємним і незручним для тих хто стикається із цим постійно, проте це не заважає бути приводом для численних мемів на цю тему. Як це часто роблять українські користувачі, морально тяжкі ситуації згладити жартом, намагатися не втрачати хороших настроїв, підтримувати один одного і продовжувати посміхатись і жартувати, що дуже гарно впливає на загальний психологічний стан суспільства у такі непрості часи. Ця серія відноситься до мемів-подій. Базове ядро – подія відключення світла. Наявна одна тема. Мета таких мемів підтримувати бойовий настрій в суспільстві, згуртовуватися, почувати спільну проблему і нагадувати “ти не один”. Ці меми можна віднести до корисних, із спільною ідеєю. Провівши аналіз за допомогою соц мережі Instagram, а також інтернет пошуку, в ході дослідження було виявлено що приблизно 25% мемів про відключення світла є меми із зображенням котиків чи інших тварин (зазвичай сумних), 35% пов’язані з Дтеком чи УкрЕнерго, 40% опис життєвих ситуацій що стаються коли виключають світло (поєднання теми повітряних тривог і відключення світла, привілегії “сусіднього будинку” у графіку відключення, жарти про генератори)

Серія №5 Чорнобаївка [Додаток 5]

Представлена серія мемів відсилає до селища Херсонського району - Чорнобаївки, в якому проходили численні висадки російських військ. Іронія полягає в тому, що кожна з 15 висадок завершалась одним і тим же фіналом для російської армії - розгромом. Тому головним мотивом даної серії є вказівка на

повторюваність (наступити на ті ж граблі, Чернобаївка як телесеріал). Також оскільки ні одна з операцій в цьому селищі не пройшла успішно для росії, згадка Чернобаївки також означає неминучу смерть, поразку, втечу. Тип: візуально-текстовий (міх тем), синтаксичний. Базове ядро серії: вказівка на селище Чернобаївка. Змінним є контекст використання відсилки. Незмінною є сама відсилка на селище. Зображення і слово "Чернобаївка" вказують на повторюваність і на неминучу поразку, смерть і т.д.

Серія №6 Сергій Притула [Додаток 6]

Серія мемів відсилає до Благодійного фонду Сергія Притули, зокрема на масштабні збори коштів. Кількість мемів на дану тематику зросла після того як українцями були зібрані шалені кошти в розмірі сотень мільйонів гривень за добу на безпілотники "Байрактар". Також на кількість вплинула новина про збір на супутник. Це дало привід пофантазувати на що ще Сергій Притула організує збір. Тип: візуально-текстовий (міх тем). Базове ядро: зображення Сергія Притули, іронія над можливістю нового збору, кількістю зібраних коштів. Незмінними залишається зображення Сергія Притули і загальна тематика (збір)

Серія №7 Мобілізація в Росії [Додаток 7]

Оголошення мобілізації в росії стало приводом для великої кількості мемів на різну тематику. Основні з них відносяться до процедур вручення повістки (з іронією в тому, що отримати повістку може кожен і дуже просто), безвихідністю чоловічого населення росії і проблемою виїзду із країни. Спільною рисою для всіх цих мемів є небажання і страх росіян йти на війну, відмова від принципів, яких вони трималися до мобілізації і безвихідність. Тип: візуально-текстовий (міх тем). Базове ядро: іронія над страхом росіян через мобілізацію. Змінними є зображення, текст і контекст застосування. Незмінним залишається мотив.

Серія №8 Повернення Херсону [Додаток 8]

Відвоювання Херсона не могло не спонукати українців до створення нових мемів, почасти заради злої втіхи і висміювання намірів росіян завоювати українські території. Меми в основному пов'язані із втечею російських військ і іронізацією на цю тему відповідно. Багато мемів на дану тематику містять в собі зображення своєрідного символу міста - кавуна. Оскільки подія набула досить широкого розгласу, зображення кавуна одразу ж визначає контекст, до якого відсилає нас мем. Тип: візуальні. Базове ядро: відсилка до події. Змінними є засоби зображення одного незмінного елемента

Серія № 9 Херсонський єнот [Додаток 9]

Під час виходу з Херсона російські окупанти вкрали з Херсонського зоопарку єнота. Базове ядро серії: образ єнота. Базовий персонаж єнот присутній на всіх картинках. Наявна змінність змісту повідомлення. Незмінність базового персонажу, наявності тексту. Текст варіюється, присутній навколо єнота. Варіації за картинкою, композицією, формами звернення. Урізноманітнення причино-наслідкових зв'язків, варіації простору як розвитку сюжету. Спрямованість композиції: припускає вихід за межі.

Серія №10 "Kbridge=Ptable" [Додаток 10]

Вибух на незаконно встановленому Кримському мосту та проведення аналогії зі столом, заперечуючи дистанціювання персонажа, який за ним сидить. Базове ядро серії: Кримський міст, стіл, персонаж. Інформаційна присутність базового ядра - Кримського мосту, стола, персонажа - у текстовому або візуальному форматі на всіх картинках. Наявна змінність змісту повідомлення: прирівнювання стола до мосту в якості будівельного матеріалу та проведення аналогії зі станом мосту та столом. Текст присутній не на всіх картинках. Варіації за картинкою та

композицією. Урізноманітнення причино-наслідкових зв'язків, присутня варіація простору як розвитку сюжету. Спрямованість композиції: замкнута на саму себе.

Серія № 11 Звернення Оксани Марченко [Додаток 11]

Відеозвернення Оксани Марченко, дружини заарештованого Віктора Медведчука, до президентів різних країн з вимогою "негайно звільнити її чоловіка". Меми з Оксаною Марченко є продовженням та доповненням мемів, які виникли з Віктором Медведчуком одразу після оголошення інформації про його затримання. Базове ядро серії: образ Оксани Марченко. Базовий персонаж (Оксана Марченко) присутній на всіх картинках. Наявна незмінність змісту повідомлення. Текст варіюється за кількістю викладеної інформації та мовою, присутній не на всіх картинках. Незмінність базового персонажу, середовища, композиції. Варіації за окремими елементами картинки.

Серія №12 "UAcats"[Додаток 12]

Після неправдивої заяви країни-терориста про начебто виготовлення в Україні біозброї почали з'являтися меми щодо діяльності уявних "бойових", "войовничих" тварин. Базове ядро серії: образ кота. Береться як основа класифікації: "бойовий", "войовничий" образ кота. Наявна незмінність змісту повідомлення. Варіації за картинкою, композицією, породою кота.

Отже, у цій підтемі було досліджено різноманітні тематики інтернет-мемів, що виникли в контексті російсько-української війни 2022 року. Розглядалося, як меми висвітлюють широкий спектр тем, пов'язаних із війною, демонструючи ставлення суспільства до подій через гумор, сатиру та творчість. Головними темами мемів, що були проаналізовані, є, по-перше, висміювання та принизливе ставлення до російської армії та її солдатів, зокрема через меми про "Чмоню" та російських військовополонених. По-друге, використання культурних та історичних посилань,

відомих кінематографічних кадрів та шаблонів для створення влучних і емоційно забарвлених повідомлень. Також було розглянуто поширення специфічної воєнної лексики, неологізмів та іронічного переосмислення подій через меми, наприклад, "бавовна", "русский военный корабль, иди на...". По-третє, був здійснений аналіз конкретних серій мемів, таких як "Чмоня", острів Зміїний, "хлопки" тощо. Підсумовуючи, у тексті було всебічно розглянуто головні тематики та приклади мемів, що виникли під час російсько-української війни, підкреслюючи їхню роль як засобу висловлення суспільної думки, гумору та опору в цьому конфлікті.

ВИСНОВОК

В результаті кваліфікаційної роботи було виявлено механізми створення та розповсюдження мемів, а також роль інтернет-платформ та соціальних мереж у формуванні культурної практики мемів. Наведено приклади аналізу, класифікації мемів, і також їх загальні положення і історію. Визначено взаємозв'язок між війною та сміховою культурою а також культурою участі. Важливим відкриттям в ході роботи було виявлення цікавого прикладу протистояння у сфері мемів між українською та російською сторонами під час війни 2022 року. Це так званий мем "Чмоня", який з'явився в березні 2022 року після поширення фотографій військовополоненого російського солдата Андрія Рязанцева невиразної зовнішності. Цей приклад довів не тільки те що російська пропаганда активно реагує на все що відбувається в Україні, але і те що меми стали однією з арен інформаційного протистояння між сторонами конфлікту. Було також досліджено семіотичні коди, символіку та комунікативну функцію мемів, пов'язаних із російсько-українською війною. Оцінено вплив мемів на формування громадської думки про конфлікт та створення колективної пам'яті. Проаналізовано соціальну та політичну значимість мемів у контексті російсько-української війни. Також проаналізовано конкретні серії мемів.

Розгляд мемів російсько-української війни як культурної практики є вагомим внеском у дослідження культури в цілому та актуальним у рамках дисципліни культурологія з кількох причин. По-перше, меми є формою культурного самовираження та реакції суспільства на важливі події та виклики. Аналіз мемів дозволяє глибше зрозуміти культурні коди, символи та дискурси, які формуються під час війни. По-друге, вивчення мемів як культурної практики демонструє вплив сучасних технологій та інтернет-культури на процеси культурної творчості й участі. Це відкриває нові перспективи для досліджень трансформації культури в епоху

цифрових медіа та соціальних мереж. Також меми є проявом культури участі, феномену, який передбачає активну роль аудиторії у створенні та поширенні контенту. В ході кваліфікаційної роботи було виявлено що аналіз мемів російсько-української війни дозволяє вивчити процеси конструювання національної та культурної ідентичності в умовах воєнного конфлікту. Це важливо для розуміння ролі культури у формуванні колективної пам'яті та національної свідомості. І портрети, гумор і сатира, присутні у мемах, є давніми культурними практиками, що використовувалися для критики влади, переосмислення травматичного досвіду та зміцнення солідарності. Дослідження мемів дозволяє простежити еволюцію та трансформацію цих практик у сучасному контексті.

Гумор, зокрема у формі мемів, відіграє вагомую роль у сприйнятті та впливі під час війни. Явище культури участі стає ключовим фактором для поширення гумористичного контенту, пов'язаного з конфліктом. Соціальні медіа та онлайн-платформи слугують аренами, де громадськість може активно залучатися до створення та поширення мемів стосовно подій війни. Гумор допомагає людям подолати стрес, тривогу та жахи війни, дозволяючи їм побачити абсурдність ситуації та відновити оптимізм, це доведено і науковцями зі сфери психології. Принцип парадоксального наміру через застосування гумору сприяє відстороненню від негативних емоцій та зниженню їх інтенсивності. Історично коміки, письменники та митці використовували сатиру, карикатури та гумор для критики диктаторів, агресорів та підняття бойового духу в періоди воєнних конфліктів. Сьогодні Україна успішно використовує гумор як засіб протистояння російській агресії. Через гострі жарти, меми та карикатури формується образ України у цьому конфлікті, що сприяє підняттю морального духу та впливає на сприйняття війни як всередині країни, так і на міжнародній арені. Поширення подібного гумористичного контенту стало можливим завдяки культурі участі, феномену, який передбачає активну роль

громадськості у створенні та розповсюдженні контенту в інтернеті. Отже, меми російсько-української війни виступають яскравим прикладом культурної практики, в якій громадянська участь та гумор перетинаються, формуючи унікальний спосіб реагувати та висловлюватись стосовно конфлікту. Ця культурна практика сприяє емоційному відновленню, критичному переосмисленню подій та поширенню альтернативних наративів, протистоячи дезінформації та тиску пропаганди.

У ході дослідження було встановлено, що меми відіграють важливу роль як культурна практика під час російсько-української війни. Вони виступають ефективним інструментом політичної боротьби, вираження протесту та формування колективної ідентичності. Ключем до вірусності мемів є їхня здатність до культурного резонансу - вони апелюють до спільних цінностей, поглядів та досвіду певної аудиторії. Модульність та змінюваність також відіграють важливу роль, дозволяючи користувачам легко адаптувати та видозмінювати меми. Меми виступають як реплікатори, що передають культурні ідеї, і розглядаються як засіб культурної трансляції та вираження ідентичності. Зокрема, в умовах російсько-української війни вони стали потужним інструментом супротиву та підкреслення української ідентичності. В інтернет-середовищі розуміння мемів розширилося завдяки появі нових форматів, таких як вірусні відео та мультимодальні структури. Соціальні мережі та платформи, як от TikTok, стали ключовими генераторами сучасних мемів, що відображають культурні зрушення та формують ідентичність спільнот. Загалом, дослідження підтвердило, що меми російсько-української війни є важливою культурною практикою, яка дозволяє суспільству реагувати на актуальні події, висловлювати протест, формувати колективну ідентичність та впливати на громадську думку в онлайн та офлайн середовищах. Отже, можна стверджувати, що меметичність є однією з основних рис культури віртуальних соціальних мереж. Сучасний цифровий простір стрімко заповнюється стислими та лаконічними

формами комунікації, серед яких інтернет-меми посідають провідне місце. Ці специфічні одиниці, що поєднують у собі візуальні та текстові елементи, характеризуються повторюваністю, інтертекстуальністю та мультимодальністю. Завдяки своїй популярності серед користувачів мережі, вони перетворюються на важливий комунікативний інструмент, привертаючи увагу дослідників у сфері масової культури. Науковці все частіше звертаються до вивчення феномену інтернет-мемів, аналізуючи їхню роль та функції в сучасному інформаційному просторі. Варто зазначити що меми у контексті російсько- української війни стали справжньою зброєю. Українські військові меми – важливий цифровий елемент сучасної культури. Таким чином, за допомогою мемів формується образ сильної, згуртованої, волелюбної і незламної української нації та протилежний образ недолугих, боягузливих, брехливих і неадекватних російських загарбників. Мемі закріплюють у масовій свідомості важливі для України посили.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Война М.О., Шершун Д.А. Інтернет-меми як ретранслятори культури у китайськомовному медіапросторі. Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 2020.
2. Дзюбіна О.І. Класифікація, структура та функціонування інтернет-мемів в соціальних мережах Twitter та Facebook, 2016.
3. Докінз Р. Егоїстичний ген. – К.: Наш формат, 2019. – 384 с.
4. Драпп І. Типологія українських мемів про війну, 2022.
5. Запорожець О., Белоусова Н. Вербальні інтернет-меми під час повномасштабної війни РФ проти України, 2022.
6. Смола Л. Мем як інструмент інформаційної війни. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Психологія. 2019.
7. Таран О. С., Заяць М. О. Комп'ютерний контент-аналіз інтернет-мемів про російсько-українську війну 2022 року, 2022.
8. Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка. Соціологічні науки № 5 (302). Скокова Л.Г. Інтернет-меми, spreadable media і цифрова культурна партиципація, травень 2016.
9. Швачко, С., Михайлюк, В. Специфіка гумору в мережі Інтернет. Наукові записки. Серія: Філологічні науки. Вип.187. Т.1, №2, 2020.
10. Bilaniuk, L. Creativity and resilience in the face of Russia's war. In *Dispossession: Anthropological Perspectives on Russia's War Against Ukraine*, edited by C. Wanner, 143-166. New York: Routledge, 2023.
11. Brodie R. *Virus of the Mind: The New Science of the Meme*. London, 2009.
12. Davison, P. *The Language of Internet Memes*. In *The Social Media Reader*, 299. New York, 2012.
13. Foster, B. "It's All in a Meme: A Content Analysis of Memes Posted to 2012 Presidential Election Facebook Pages." PhD diss., University of Arkansas, 2014.
14. Gleik, J. "What defines a meme?" *Smithsonian Magazine*, 2011.
15. Goodman, B. "Russian Warship, Go F*ck Yourself": Circulating Social Media Discourses in Russia-Ukraine War. In *Dispossession: Anthropological*

- Perspectives on Russia's War Against Ukraine, edited by C. Wanner, 167-187. New York: Routledge, 2023.
16. Linda K. Börzsei. *Makes a Meme Instead. A Concise History of Internet Memes.* Utrecht University. 2013.
 17. Heylighen, F. What makes a meme successful? Selection criteria for cultural evolution, 1999, 418-423.
 18. Henri Bergson "Le Rire", 1940.
 19. Instagram-аккаунт @Ukrainearmedmemes
 20. Jenkins, H. *Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century.* Cambridge: The MIT Press, 2009.
 - 21.. Knobel, M., Lankshear, C. "Online memes, affinities, and cultural production". *A New Literacies Sampler* 29 (2007): 199–227.
 22. Majumder, P., Boga, A., Krishna, A., Mukherjee, A. and Krishnan, U. "What's in a 'Meme'?" Understanding the dynamics of image macros in social media" . *IIT Kharagpur* 7 (2017): 2-14.
 23. Marwick, A. "Memes." *Contexts* 12, no. 4 (2013): 12–13.
 24. Milner, R. Pop polyvocality: Internet memes, public participation, and the occupy wall street movement. *International Journal of Communication*, 2013, 7: 2357-2390.
 25. Milner, R. M. *The World Made Meme: Public Conversations and Participatory Media.* Cambridge, MA: MIT Press, 2016.
 26. Rakityanskaya, A. *The SUCHO Ukrainian War Memes Collection,* Harvard Library, Cambridge, MA, USA, 2022.
 27. Shifman, L. *Memes in Digital Culture.* Cambridge: MIT Press, 2014.
 28. Wiggins, B. E. *The Discursive Power of Memes in Digital Culture: Ideology, Semiotics, and Intertextuality.*
 29. Wiggins B. E. *Memes as genre: A structurational analysis of the memescape /* Bradley E Wiggins, G. Bret Bowers // *New Media & Society.* – 2015. – vol. 17.

30. "SUCHO: Ukrainian war meme collection." Saving Ukrainian Cultural Heritage Online. https://docs.google.com/forms/u/0/d/e/1FAIpQLSdhi-nky_fiCuBD-HKaGsQi_ezukKtU3oVeMulMg0Ra8TCnvw/formResponse
31. Telegram канали: «Державне Бюро Мемів», «Збройні Мемі України», «Музей військових мемів», «Мемний батальйон», «Перша приватна мемарня» та «Український наступ»
32. Twitter - аккаунт @uamemesforces
33. Wong, P. T. P. Humor and Laughter in Wartime. Trent University, 2003.

ДОДАТКИ

[Додаток 1]



[Додаток 2]



[Додаток 3]



Мирного рішення не буде

Фонтанка.ру

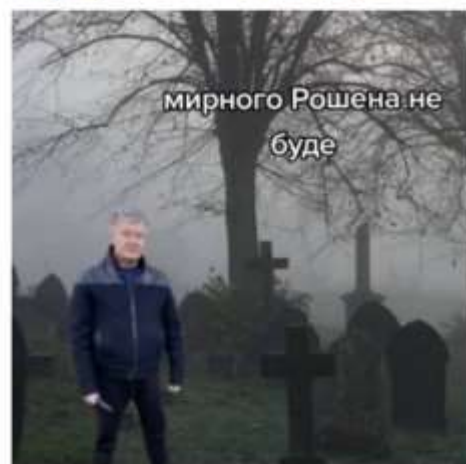
В Москве люди насмерть отравились арбузом: подробности от ...

10 сент. 2021 г.

мирного рішення не буде



У Росії п'ятеро дітей отруїлися цукерками «Шалена бджілка»



мирного Рашена не буде

[Додаток 4]

**Коли вночі
включили світло**



Я дивлюсь на сусідній будинок в якому є світло



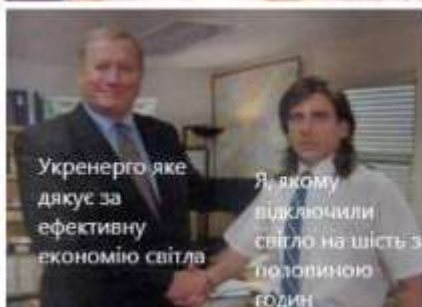
3 години без світла

Perfectly balanced...

UKRENERGO

...As all things should be

**УКРАЇНЦІ,
ЯКІ КУПИЛИ ГЕНЕРАТОРИ**



Укренерго яке дякує за ефективну економію світла

Я, якому відключили світло на шість з половиною ГОДИН



планове відключення

екстремне відключення

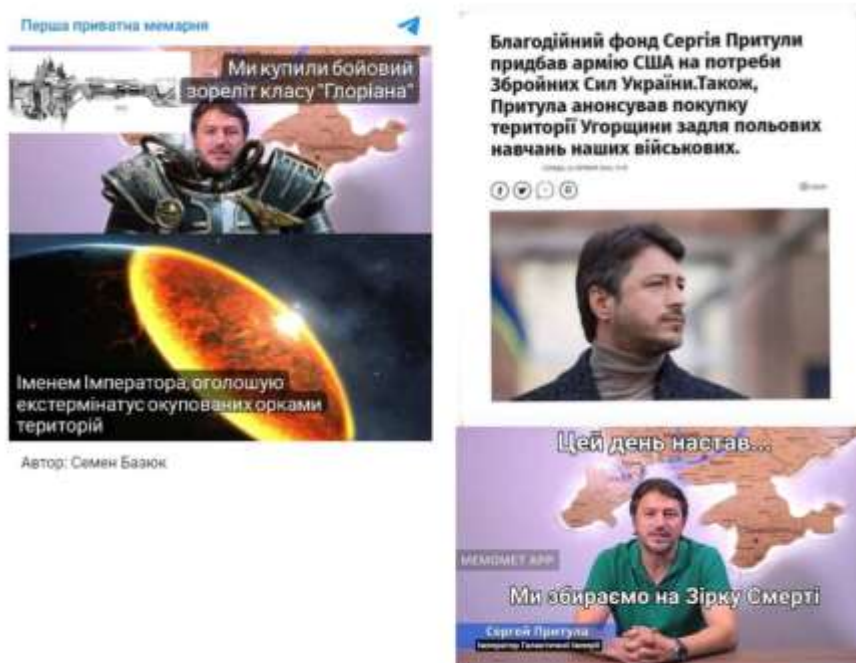
аварійне відключення



[Додаток 5]



[Додаток 6]



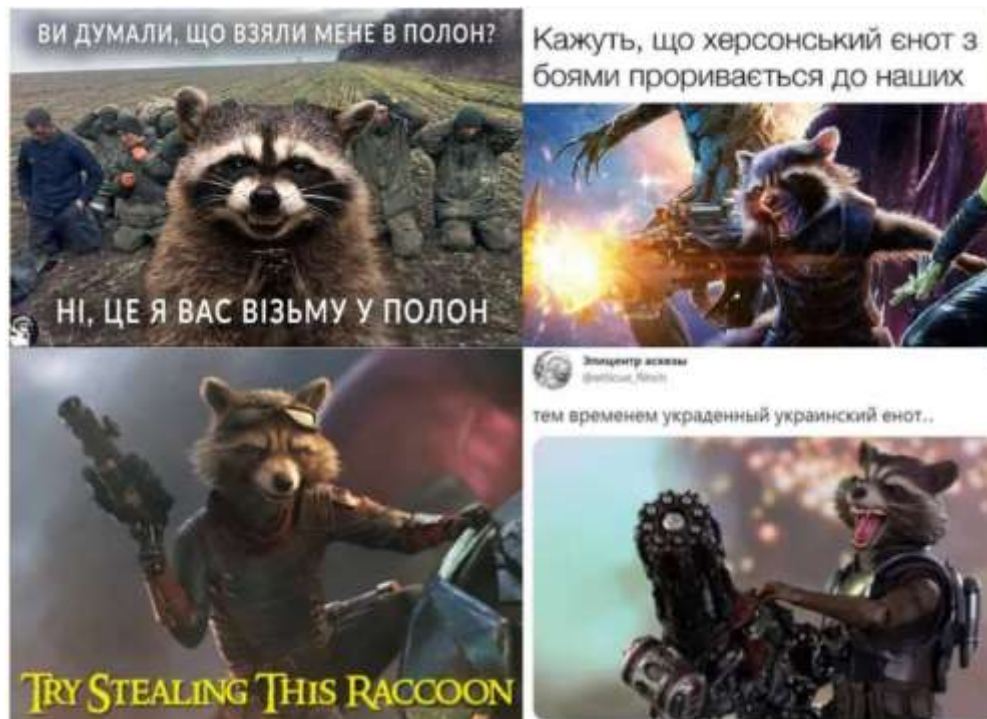
[Додаток 7]



[Додаток 8]



[Додаток 9]



[Додаток 10]



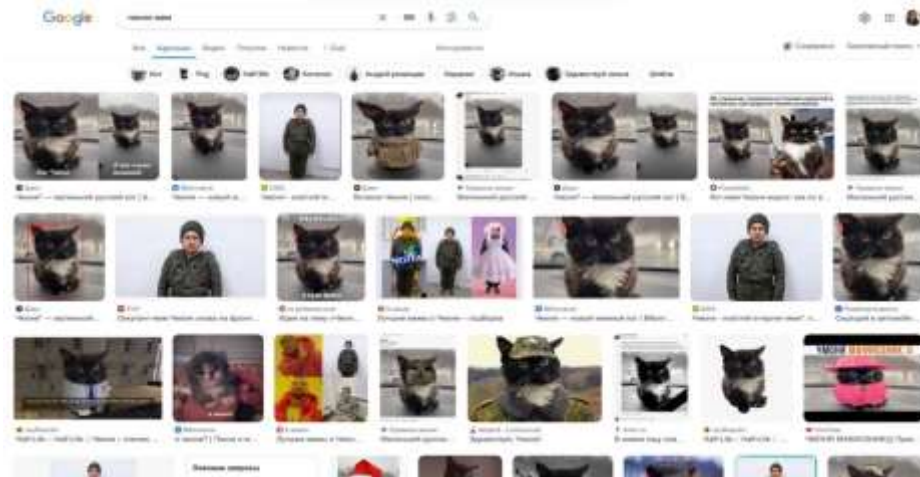
[Додаток 11]



[Додаток 12]



[Додаток 13]



"Чмоня" — маленький русский кот

Эй, странник, отвлекись от плохих новостей и посмотри, как выросла чмоня из мемов



Чмоня (Vuga Cat) — маленький чераш котенок, ставший мемом в рунете. На наиболее известном снимке котенок сидит на панели автомобиля

[Додаток 14]



[Додаток 15]



[Додаток 16]



[Додаток 17]

