

**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА  
ФІЛОСОФСЬКИЙ ФАКУЛЬТЕТ  
КАФЕДРА ЕТИКИ, ЕСТЕТИКИ ТА КУЛЬТУРОЛОГІЇ**

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**  
за спеціальністю 034 Культурологія  
на здобуття освітнього ступеня бакалавра культурології  
на тему:

**МЕМИ ЯК КУЛЬТУРНА ПРАКТИКА**

Студент-виконавець:  
Лященко Данііл Костянтинович  
IV курс  
спеціальність 034 «Культурологія»  
ОПП «Культурологія»

Науковий керівник:  
д.ф.н., професор Павлова О.Ю.

---

(підпис)

Допущено до  
захисту: Зав.  
кафедри \_\_\_\_\_

КИЇВ – 2021

## ЗМІСТ

ВСТУП .....	3
РОЗДІЛ I. Вектори теоретизації зсуву культурних практик.....	8
1.1. Теоретико-методологічні засади дослідження мемів .....	9
1.2. Діагностуючи стан сучасної культури .....	11
1.3. Не плагіатор, а митець .....	15
1.4. Лінії постмодернізму на картині «цифрового Тепер» .....	17
1.5. Погляд на сміх .....	19
РОЗДІЛ II. Комунікація та мем .....	22
2.1. Базові концепти .....	23
2.2. Індивідуальна культура та канон .....	26
2.3. Роблена поведінка .....	30
РОЗДІЛ III. Сприйняття як практика мемоспоживання .....	32
3.1. Синхронічність візуального .....	33
3.2. Зауваження Берджера .....	35
3.3. Візуальна культура та меми.....	37
РОЗДІЛ IV. Мем в різноманітності культурних практик.....	40
4.1. Меми та юридична площина.....	43
4.2. Меми та політика.....	47
4.3. Меми та бізнес .....	49
4.4. Купівля мемів.....	52
4.5. Меми та культура повсякденності .....	53
4.6. Меми та їхні джерела .....	56
4.7. Меми та постправа .....	60
4.8 Меми та спроба інституалізації у полі мистецтва.....	63
ВИСНОВКИ.....	65
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ .....	82

## Вступ

**Актуальність дослідження:** Один мільйон років щодня витрачає людство в соціальних мережах. Чотири мільярди людей використовують соціальні мережі щомісяця. Щодня до них доєднується 2 мільйони користувачів [77]. Близько 4.9 мільярдів людей мають доступ до інтернету [64]. Не менше мільярда користувачів щомісяця вже зараз мають шість соціальних мереж [86].

Але чим ми там займаємося? Ми розважаємося [18]. На 2018 кількість споживачів інтерактивних розваг перевищила 2 мільярди. Текст стає все менш цікавим — ми віддаємо перевагу зображенням (картинки, відео, інші медіа). Тому наша дипломна робота, наслідуючи інтенцію школи «Анналів», звертатиме увагу на такий звичний артефакт нашої повсякденності, як інтернет-мем (далі — мем), відповідаючи на питання: чи вартий даний феномен рефлексії глибшої за декілька смайликів у діалозі?

З метою схоплення логіки мемів ми проаналізуємо стан сучасної культури, ми підіймемо питання комунікації та розглянемо візуальну складову сприйняття. Даний комплекс, що ми його досліджуватимемо з першого по третій розділ, дозволить отримати необхідну теоретичну лінзу сприйняття. Її ми накладатимемо на «практику» (сфери / явища / кейси), що буде представлена у четвертому розділі нашої роботи.

**Ступінь розробки теми:** даний ракурс дослідження проблеми має цілий спектр наукових і публіцистичних джерел, через специфіку досліджуваної теми.

Осмислення векторів теоретизації зсуву культурних практик було здійснено на основі переосмислення робіт: Ф. Джеймісона, Р. Шора, П. Гілена, А. Моля, О. Павлової, В. Кебуладзе, В. Шивельбуша, та інших.

Для поглиблення розуміння феномену комунікації та включення у дану систему феномену мемоінтеракції ми використали напрацювання: Р. Якобсона, І. Левого, М. Маклуена, М. Ямпольського, С. Шомової, М. де Серто, та інших.

В ході дослідження складової сприйняття у практиці мемоспоживання, ми робили акцент на візуальній складовій, що була представлена в межах рефлексії на роботи: А. Бойлен, Дж. Берджера, М. Берда, Р. Барта, А. Моля, та інших.

Під час фіксації феномену мемоінтеракції в межах різноманіття культурних практик, ми спиралися на широкий зріз джерел: Лі Макінтайра, П. Шведа, М. Наїма, М. де Мунк, П. Гілена, М. Берда, А. Urman, S. Katz, та інших. Окрім суто академічних джерел ми активно використовували і юридичні справи, новини та не академічні статті, що зумовлено специфікою досліджуваної теми.

В ході аналізу ступеня наукової розробки теми дипломної роботи нами був зафіксований факт наявності значного масиву даних, що фіксують окремі аспекти обраної нами для дослідження проблеми. Проте на сьогодні, особливо у вітчизняному академічному полі, існує теоретична прогалина. Переважно, наукові роботи присвячуються розвитку одного конкретного мема. Наприклад, дисертації по «Жабці Пепе» (Pepe the Frog), яка пройшла шлях з нейтрального шаблону, до перетворення у 2016 році в символ «білого нацизму» в ході виборчої кампанії в США. Можливі випадки аналізу певного «напряму», темі мемотворення, як це можна простежити у роботах присвячених мемам з тваринами (наприклад, LOLcat). Також з'являються роботи присвячені розгляду функціонування мемів в межах певних соціальних груп, як проаналізована нами в межах дипломної роботи стаття “What they do in the shadows: examining the far-right networks on Telegram”. Або роботи з метою віднаходження джерел появи мемів, як дослідження: “On the Origins of Memes by Means of Fringe Web Communities”.

Більшість робіт присвячених мемам, що були проаналізовані на етапі підбору матеріалу, виявили окремі слабкі сторони, що ми їх намагатимемося виправити в межах даної дипломної роботи.

У цій роботі пропонується ракурс дослідження крізь призму мемів, що враховуватиме поєднання теоретичного й практичного компонента. У першому розділі буде розглянуте загальне тло виникнення практики крізь призму культури та окремих її феноменів. У другому розділі ми досліджуватимемо процес комунікації, щоб краще зрозуміти практику мемоінтеракції з позиції передачі повідомлення. Третій розділ ми присвятимо сприйняттю з ухилом у візуальне, де розглянемо питання синхронічності та емоційності, у зв'язку з даною культурною практикою. Останній розділ накладатиме вироблену теоретичну парадигму на конкретні сфери та кейси з функціонування мемів.

Враховуючи продовження включення практик віртуального світу у наше повсякдення, вважаю за необхідне їхнє подальше вивчення, що має здійснюватися на перетині дисциплін через комплексність засновків та цілий світ «продуктів» такої діяльності.

**Об'єкт дослідження:** базові концепти культурних практик мему.

**Предмет дослідження:** концептуалізація в контексті культурних досліджень практик мемостворення та мемоспоживання

**Мета роботи:** здійснити культурологічний аналіз мема як культурної практики, що репрезентується наступними дослідницькими завданнями:

**Завдання дослідження:**

1. Зафіксувати вектори теоретизації зсуву культурних практик, зокрема:

- Надати визначення основним поняттям.
- Здійснити аналіз сучасного стану культурного тла на якому виник й функціонує феномен мемів. Проаналізувати вплив логіки всесвітньої мережі на процеси в культурі.
- Дослідити зв'язок феномену копіювання з мистецтвом для здійснення кореляції з процесом мемостворення (Р. Шор).

- Зафіксувати включення феномену сміху до маркерів соціальної ідентичності. Проаналізувати зв'язок агресивності та сміху (Е. Смарджа).

2. Виявити специфіку комунікації в культурних практиках мема, зокрема:

- Провести дослідження процесу передачі повідомлення за Р. Якобсоном, розібрати поняття «індивідуальна культура» за А. Модем та «ідіолект» за І. Левим (на прикладі з мемоінтеракції).
- Аргументувати розгляд мема як тексту, мемів як мови. Розглянути питання становлення канону мемів у переосмисленні статті М. Ямпольського.
- Опрацювати концепт «робленої поведінки» у зв'язку з процесом мемоінтеракції (Джвандзи, А. Моль, М. Маклуан).

3. Здійснити дослідження феномену сприйняття як практики мемоспоживання, зокрема:

- Проаналізувати феномен візуального кризь компоненти синхронічності (М. Берд), емоційності та залучення (А. Бойлен), первинності візуального (Дж. Берджер) й вибірковості бачення (Дж. Берджер, А. Бойлен). Визначити візуальну культуру та специфіку візуальної сатири за А. Бойлен. Зафіксувати логіку репродукції за Берджером та домінування зображень за Павловою.

4. З'ясувати різноманітні аспекти функціонування культурних практик мемів, зокрема:

- Підняти питання щодо юридичного статусу мемів. Навести приклади проблем та викликів, що створює такий стан на реальних кейсах.

- Навести приклади використання мемів для впливу у політиці та бізнесі. Осмислити можливі причини активного використання.
- Описати тренд торгівлі мемами, як об'єктами цифрового мистецтва, на NTF аукціонах. Навести приклади придбаних творів.
- Проартикулювати можливість використання мемів для аналізу культури повсякденності та способів «бачення» соціальних груп.
- Дослідити джерела походження сучасних мемів. Зазначити про роль вигнанців у мемотворенні. Запропонувати теорію, що б пропонувала пояснення причин успішності їхньої мемотворчої діяльності.
- Опрацювати поняття «постправа» (Лі Макінтайр) та зробити кореляцію даного поняття з логікою мемів. Доповнити роздуми, щодо можливих причин популярності феномена серед сфери політики — бізнесу.
- Виявити художній потенціал мема. Запропонувати підстави для визнання мема як феномена художнього поля. Навести приклади визнання.

**Методи дослідження:** теоретико-методологічна основа дослідження спирається на парадигму методологічного плюралізму, що репрезентується використанням у роботі, як базового, міждисциплінарного підходу, що обґрунтовується необхідністю комплексного аналізу мемоінтеракції. Робота включає загальнонаукові принципи систематизації та узагальнення досліджуваної проблеми, які дозволили інкорпорувати напрацювання обраних теоретиків в межах одного дослідження. Системний підхід дозволив цілісно поглянути на феномен мемоінтеракції. Для фіксації реалій функціонування мемів використовувався описовий метод. Згодом, при застосуванні аналітичного

методу, були опрацьовані описові розвідки та виявлені вектори для продовження наукових досліджень у царині.

**Структура роботи:** робота складається зі вступу, чотирьох розділів, висновків та списку літератури, представленого 87 позиціями.

## РОЗДІЛ I. *Вектори теоретизації зсуву культурних практик*

Логіка розділу: робочі визначення понять — культурний контекст виникнення практики мемоінтеракції — копіювання у мистецтві та меми — розвиток постмодерних тенденцій у межах всесвітньої мережі, як платформи функціонування мемів; аналіз сміху: від природи до маркера соціальної ідентичності.

Перший підрозділ присвячений наданню робочих визначень понять таким феноменам як: меми, мемотворення, мемоспоживання, мемоінтеракція, культурна практика. Протягом підрозділу надається перша рефлексія щодо досліджуваного феномена.

Другий підрозділ має на меті фіксацію засновків виникнення мема, як культурної практики, тобто структурної канви, що об'єднуватиме прояви феномену у подальшій роботі. Ми виробимо робоче поняття культури, окреслено взаємозв'язок консервативності й мінливості, природності продуктів культури за В. Кебуладзе та П. Гіленом. Далі ми актуалізуємо рефлексію щодо фрагментації соціальності за Фр. Джеймісоном, мозаїчності сучасної культури за А. Модем та створення плаского світу за П. Гіленом. Наприкінці нами буде запропонована можливе пояснення сучасного стану культури через модерний феномен пришвидшення за В. Шивельбушем.

Третій підрозділ присвячений кореляції між процесом копіюванням та мистецтвом. Підрозділ побудований навколо книги Роберта Шора та рефлексії крізь призму мемів на фрагменти текстів запропоновані у його мозаїці цитації. Ми звернемо увагу на розмиття межі між автором й читачем через доступ

великих мас учасників за В. Беньяміном. Наприкінці ми зацентруємо на перевазі командної роботи над особистими зусиллями в наслідок розвитку технологій за М. Маклуеном. Ми стверджуватимемо, що будь-який твір мистецтва постає в наслідок процесу копіювання — переосмислення.

Четвертий підрозділ присвячений розвитку культурних тенденцій крізь логіку всесвітньої мережі. Ми розглядаємо поєднання постмодернізму Джейм(і)сона та «безкінечного цифрового Тепер», як стану мережі, за Шором. Спираючись на роботи О. Павлової ми зазначимо про неможливість цілісної фіксації світу в оптиці постмодерну. Наприкінці ми підіймаємо тему щодо дослідження спільних тем, які все ще залишаються перешийками між окремими мовними острівцями. Ми стверджуємо, що одним з засобів для такого аналізу можуть бути мему. Дане твердження розвиватиметься протягом роботи.

П'ятий підрозділ присвячений феномену сміху, який ми проводимо за книгою Е. Смарджі від філогенетичної спадщини до нового маркера соціальної ідентичності. Ми відстоюємо думку, що аналізуючи останній, дослідник може отримати глибше розуміння системи відносин перебування індивіда. Далі ми фіксуємо характерну для сміху агресивність й тяжіння до перегортання ієрархій на декількох історичних прикладах. Наприкінці ми зазначаємо про вивільнення агресивного сміху натовпу в логіці мережі, що не обмежується майже нічим (ні святами, ні етичними системами, ні законами), за умови збереження тобою анонімності при творенні — поширенні мемів.

### *Теоретико-методологічні зауваження 1.1*

В роботі опрацьовуватиметься феномен інтернет-мема (далі мем). Без біологізму Докінза. Без зазіхань меметики на всезагальність [22].

На початку роботи «Продукування присутності. Що значення не може передати», Ганс Ульрих Гумбрехт (можливо що частково) жартує: «за таких

обставин ми змушені бути самими собі інтелектуальним середовищем, ба навіть системою координат для дослідження, у якому зацікавлені» [11, с.24].

Вивчення мемів на сьогодні — академічно строкате, що дає можливість дослідникам обирати абсолютно відмінні вектори пошуків. Наша дипломна робота матиме на меті спробу схоплення внутрішньої логіки мемів через аналіз якнайбільшого комплексу інформації.

Ми дослідимо місце феномену мемовтворчості в теорії культури до конкретних кейсів впливу мемів на політику. Ми будемо рухатися від рефлексії крізь призму мемів на теорію культури, далі до теорії комунікації, звідти — до візуальної складової й наприкінці почнемо обробку поля «саме мемів», що буде здійснено через аналіз сфер їхнього функціонування.

Мем. Для першого визначення поняття звернемося до Оксфордського словника. Відповідно до другого значення терміну: «мем — це картинка, відео, фрагмент тексту, тощо, що є переважно (типово) гумористичним за природою, що копіюється та поширюється швидко користувачами інтернету, часто з певними змінами» [68]. З основних форм існування мемів (картинка, відео, фрагмент тексту ...) нас цікавитиме в першу чергу «картинка» (з написом чи без).

Уточнимо визначення: мемом виступає коротке інформаційне повідомлення, яке поширюється у мережі інтернет та тяжіє до постійного «викривлення» початкового значення через трансформацію в нових середовищах [25]. Меми не існують поза контекстом, вони є візуалізацією рефлексії «авторів» на культурну дійсність. Як (міг би) сказати Річард Гоггард, вони фіксують «живу культуру» конкретного часу і місця.

У момент зчитування мема відбувається майже миттєва передача певної «емоції», яка може бути проінтерпретована дослідником у розрізі контекстів існування соціальних груп (не сам «факт», а реакція на нього). Життєздатність мемів напряду пов'язана з довжиною «ланцюга реакцій» [21] на «щось»:

новину, факт, теорію, тощо. Чим активніше поширення — тим більше можливостей закріпитися у медіаполі протягом довшого часу.

Мемоінтерація — культурна практика, що полягає в комунікації за допомогою мемів у мережі (на сьогодні «мережа» все одно домінує, проте вже є приклади й виходу “offline”). Мемоінтерація про: мемотворення, як процес створення мемів та мемоспоживання, як процес зчитування мемів. Дані процеси, на сьогодні, не є чітко розмежованими.

Культурна практика — про реалізацію в межах певної дії / комплексу дій конкретної культурної ситуації. Тобто саме культурна практика є виявом результатів співбуття в межах певної системи відносин у певний час.

#### Проміжні підсумки:

1. Інтернет — основна платформа поширення мемів.
2. Для мемів є характерною: гумористична природа, вмурованість в контекст, існування в постійному пошуку нових контекстів для реалізації, лаконічність повідомлення, використання для миттєвої передачі емоцій. Меми опанували різні канали для поширення. У мемах відбувається «підміна реальних подій реакцією на них», через вільне копіювання та внесення змін учасниками (колективне співавторство) в процесі комунікації.
3. Мемоінтерація — культурна практика, що полягає в комунікації за допомогою мемів. В першу чергу — у мережі. Містить у собі дві практики: мемотворення, як процес створення мемів та мемоспоживання, як процес зчитування мемів. На сьогодні ці дві практики, для мережевої комунікації, не є чітко розмежованими процесами.
4. Культурна практика — про вияв (реалізацію) в межах дії / певного комплексу дій конкретної культурної ситуації. Культурна практика є виявом результатів співбуття в межах певної системи відносин у певний час.

Паскаль Гілен, розмірковуючи над феноменом культури, писав: «Спільні смисли в межах культури вбудовані в історичні пласти ... Людина прив'язується до певних звичок або культурних традицій і ніяк не хоче з ними поривати ... культура завжди досить законсервована ... Культурна спільнота акумулює звичаї та звички, і сама тому вони набувають спільного смислу, а отже, уможлиблюють спілкування та взаєморозуміння» [13, с.79]. Культура постає як «спільний соціальний фонд знаків» [13, с.77]. Як загальна сукупність знакових полів, що уможлиблює наше співіснування в межах знакових систем.

Феномен культури в основі має інтенцію до запізнення й тривання — «розтягування» часу зміни старих форм новими. Час дає можливість на виникнення осмисленого відгуку — рефлексії. Рефлексія може переростати в діалог. А саме діалог є наріжною практикою для людського існування, що й забезпечує трансфер знань та досвіду — отже уможлиблює продовженню через творення чогось нового в результаті переосмислення.

Культура — про плинну консервативність, про тяжіння до фіксації у постійному зверненні погляду на щось інше. Вахтанг Кебуладзе передав цю гру дихотомії суперечностей таким чином: «Всі цінності мінливі, незмінна лише цінність мінливості, тобто самого життя, адже життя — це нескінченна низка змін» [9, с.88].

Образ мінливості неймовірно поетично захопив японський чернець XIII століття Доген, записавши рядки:

«Что же есть этот мир?  
Лунных бликов мерцанье  
на каплях  
что роняет с клюва  
журавль...» [26, с.318]

Основна відмінність: зміни у житті людини відбуваються блискавично, а зміни в культурі (до 20 століття та не враховуючи кризові періоди) відбуваються протягом тривалого часу, що може налічувати декілька поколінь.

Кожна культура продукує продукти, які є її концентрованим втіленням. Вахтанг Кебуладзе, розвиваючи думку Гельмута Плеснера, приходять до висновку: «Продукти культури — це не милиці й протези, а живі продовження нашої екзистенції. Створюючи їх, ми перетворюємо байдужий до нас світ природи на людський світ, тобто у світ, у якому ми здатні вижити» [9, с.57]. Саме ці витвори уможливають існування «не фіксованої тварини» Вандерфельса [8]. Культура виступає нашою природою, що все рідше згадує про свою біологічну основу. Сучасне життя — культурне життя, яке твориться продуктами культури.

Час з теорії функціонування культури переходити ближче до сучасності.

Фредерік Джеймсон, у роботі «Постмодернізм та суспільство споживання», помічає [15] що соціальність навколо проходить процес фрагментації. Даний процес призводить до утворення все більш замкнених ідентифікованих мов у кожній групі, професійній сфері. Навіть окремий індивід перетворюється на мовний острів.

Абраам Моль, у роботі «Соціодинаміка культури», описує сучасну йому культуру як «мозаїчну». Мозаїчність у Моля виступає як сукупність випадкових комбінацій «дотичних, що не утворюють (єдиної) конструкції фрагментів, з відсутніми точками відліку, де немає жодного дійсно загального поняття, проте є багато понять, що мають велику вагомість» (опорні ідеї, ключові слова) [31, с.44]. Символічна феодальна роздробленість, що веде до занепаду влади.

Паскаль Гілен, у відносно «свіжій» роботі 2012 року, стверджує: «Упродовж останніх двадцяти років світ ставав дедалі плоскішим ... Мережі й, безумовно, фінансові схеми органічно тяжіють до горизонтальної площини культурної середини ... ми прямуємо в епоху посередності [13, с.22].

Тенденція до знищення ієрархій, мережевість, гра культури за суто фінансовими правилами й дистанціювання від життя творить «плоский світ», який автор визначає як: «мокрый ... зависаємо в басейні й тупцюємо ногами в

безповітряному, рідкому, пізньомодерному часі, сподіваючись визначити бодай якийсь напрям (читай також: смисл)» [13, с.35].

Мені близький ключ до розуміння сучасного стану культури крізь логіку феномену пришвидшення у споживанні (для отримання насолоди) Вольфганга Шивельбуша. Він писав: «Можливо, пришвидшення взагалі є центральним феноменом модерну. Промисловість виробляє дедалі більше товарів за все коротші відрізки часу, а люди споживають цей розбухлий вал товарів із відповідно зрислою швидкістю і щільністю» [52, с.130].

Можна сперечатися чи завершився модерн. Проте не викликає заперечень, що пришвидшення залишилося центральним феноменом з розвитком технологій останніх десятиліть.

Пришвидшення стало настільки звичним, що ми сприймаємо його як даність (майже) у будь-якій сфері — від особистих відносин до побутової техніки. Сама культура фрагментується через неможливість перетравлювати у діалозі нові комбінації кодів, що змінюється швидше, ніж на них звертають погляд. Не вистачає часу, не вистачає терпіння, не вистачає життя.

#### Проміжні підсумки:

1. Культура — «спільний соціальний фонд знаків» (Паскаль Гілен), що уможливорює людське співіснування та взаєморозуміння. Культура — спосіб перетворення світу у такий, де ми здатні жити (Вахтанг Кебуладзе). Культура має інтенцію до консервативності у мінливості, тобто трансформаційні процеси відбуваються постійно, але їхнє включення в «норму» відбувається протягом певного часу, що дозволяє створити поле для діалогу та переосмислення.

2. Сучасна культура — «мозаїчна» (Абраам Моль), тобто існує велика кількість артефактів, що мають велику вагу, але немає «об'єднуючого». Немає цілісності, є лише сукупність фрагментів. Дане явище автор дипломної роботи метафорично окреслив символічною феодалською роздробленістю.

3. В наслідок поглиблення процесів фрагментації соціальності виникають окремі «мови» (Фредерік Джеймісон), що існують як на рівні соціальних відносин (наприклад, професій) так й на рівні окремих індивідів, що перетворюються на мовні острівці. Доступ до розуміння таких диференційованих «мов» слугує маркером належності до певної ідентичності.

4. Останні десятиліття характеризувалися особливо стрімкими процесами розмивання ієрархій, включення культури у фінансові схеми, тяжіння до посередності й мережовості, які ведуть до цементування «плаского світу» (Паскаль Гілен).

5. Автор дипломної роботи розглядає логіку сучасної культури через модерний феномен пришвидшення (Вольфганг Шивельбуш), як зростання попиту на «споживання» (інформації, матеріальних продуктів, тощо) в результаті зростання пропозиції у виробництві, який з розвитком технологій останніх десятиліть лише набрав обертів. В тому числі включаючи все більшу кількість населення в логіку контакту з всесвітньою мережею (тобто створюючи все нових потенційних учасників мемоінтеракції).

### *Не плагіатор, а митець 1.3*

Стагірит мовив «...всі відчують у наслідуванні приємність» [3, с.42]. Проте чи для всіх мистецьких творів характерним є копіювання, чи лише для практики мемоінтеракції, як комунікації за допомогою мемів у мережі, твердження Арістотеля істинне? Відповідь на це запитання ми шукатимемо у книзі Роберта Шора «Благай, кради і позичай. Митці проти оригінальності».

На питання ролі копіювання у мистецтві моя відповідь доволі проста: «копіювання — це головний рушій творення мистецтва, а рішення копіювати витвори інших митців — прогресивний двигун історії мистецтва. Натхненне копіювання як акт — це свідчення того, що митець в боргу перед першоджерелом, та, водночас, це підтвердження вищості над тією першою

роботою — доказ, що митець боровся і врешті здобув перемогу над тим, хто на нього вплинув» [53, с.76]. Мистецтво як творче переосмислення.

«Конкурентних продуктів (наприклад, харчів) стає менше в міру того, як їх використовують, тоді як використані неконкурентні продукти не стають менш доступними для подальшого використання. Твори мистецтва — і їхні репродукції, ясна річ — це ще один вид неконкурентних продуктів» [53, с.93]. Меми, за даною призмою сприйняття, — найбільш «неконкурентні» продукти. Чим більше фрагмент інформації перетворюють у використанні — тим більше у нього шансів стати мемом.

Вальтер Бенямін: «Маса — це матриця, з якої тепер народжуються всі звичні реакції на твори мистецтва. Кількість стала якістю: великі маси учасників змінили спосіб участі, різниця між автором і читачем ... поступово перестала бути фундаментальною» [53, с.85].

Розвиваючи логіку засновків тенденцій помічених Беньяміном, ми фіксуємо, що кожен учасник в межах мемоінтеракції у будь-який момент часу є потенційним читачем та автором одночасно. Немає остаточного зображення, немає границі між автором та читачем. Все змінює демократизація доступу.

Маршал Малуен: «Коли у гру вступають все нові й нові технології, люди дедалі менше вірять у те, що самовираження важливе. Командна робота стає важливішою за особисті зусилля» [53, с.90].

Не дивлячись на засадничу «командність» перетворення фрагмента інформації на мем у мережі, мем все одно залишається особистим відтиском на знайомому шаблоні. Так, на творення такого відтиску дійсно потрібно менше особистих зусиль (відкрити шаблон й змінити бажану частину перед поширенням), а більше командної роботи (перетворити певний фрагмент інформації на мем).

Проте саме через поєднання командного й особистісного, мем може відродити втрачене відчуття співпричетності до процесу сенсотворення. Так, на

більш «низькому рівні» за те, що ми звикли називати мистецтвом. Але ми стверджуємо, що це одна з його дійсно народних трансформацій, яка сповнена життям та сенсами. Меми — про демократизацію доступу до творчості (до рівня наявності примітивної техніки та доступу до всесвітньої мережі); демократизацію у поширенні результатів творчості; демократизацію доступу до формування сенсів повідомлення; демократизацію доступу до інших творів, тощо.

#### Проміжні підсумки:

1. Будь-який мистецький твір постає в результаті процесу копіювання — переосмислення, що дозволяє «виокремитися» від першопочаткового твору в самоцінну культурну одиницю (Роберт Шор).

2. Мем відрізняється від інших творів засадничою «демократичністю», особливо у доступі до створення — поширення результату. Учасник мемоінтеракції обов'язково є учасником масового процесу. Особливий наголос на масовість — мем постає мемом лише в результаті масово поширення якогось фрагмента інформації з певними змінами (візуалізація логіки Маклуена щодо переважання командного над особистісним як результат розвитку технологій).

3. Під час мемоінтеракції, як комунікації за допомогою мемів, кожен учасник одночасно є потенційним автором й читачем (завершення логіки розмивання автора-читача за Беньяміном).

#### *Лінії постмодернізму на картині «цифрового Тепер» 1.4*

У назву ми ввели поняття постмодернізму та «цифрового Тепер», що в межах даної роботи розглядаються як продовження й органічна частина опрацьованих вище концепцій (мозаїчності, мовних острівців, мережовості,

масовсті, розмиття границь між автором та читачем через переважання командної роботи над особистими зусиллями в результаті розвитку технологій).

Стосовно визначень. Західні мислителі люблять визначати постмодернізм в стилі близькому до Фр. Джеймісона, як: «вторинна естетика, яка заперечує оригінальність і свідомо експлуатує культурні коди та стилі попередніх епох» [38, с.103]. Ми не будемо особливо оригінальними й використаємо дане визначення як засновок, зменшуючи критичність його інтерпретації протягом роботи до рівня «полегшення». «Цифрове Тепер» — про сприйняття мережі Інтернет за Р. Шором: про постійну зміну, існування одночасно в абсолютно різних проявах кожен момент часу, тощо.

Тепер поєднуємо: «У безкінечному цифровому Тепер нові ланки утворюються ще швидше, ніж колись. Єдиного «остаточного» зображення не існує — є тільки зображення у процесі розмноження й перетворення на інші зображення в нескінченному візуальному потоці» [53, с.168].

Швидкість, плинність, контекстуальність, взаємосуперечливість, емоційність — всі риси інтенсивного переживання «тут і зараз» відбиваються в мемах. Мережа інтернет виступила платформою та каталізатором для реалізації конструктивних сенсів, що створюються та розповсюджуються майже миттєво. Візуалізацією та органічною частиною чого (конструктивних) є мему, які дійсно створюються й розповсюджуються майже миттєво.

Аналізуючи всесвітню мережу, українська дослідниця Олена Павлова зазначає: «Інтернет породжує ілюзію наявності алхімічної формули всезнання, але в той же час його принципова децентрованість унеможлиблює цілісну фіксацію» [37, с.100].

Броунівський рух культурних кодів не дозволяє існуванню одного вектора охоплення процесів навколо: «Єдина картина світу, де панував світовий розум, роздібилася на безліч відображень в окремих свідомостях, кожна з яких висвітлює свій ракурс і абсолютизує його ... Оптика Постмодерну формує нову

настанову образності, яка характеризується фрагментарністю (що відрізняє її від цілісності картини світу) та деієрархічністю» [37, с.80, 90].

Відповідно до зазначеного, вважаю продуктивним розгляд соціуму як сукупності груп, що живуть в (напів)автономних інформаційно-сенсових світах. Ці мовні (пів)острови, частково й тимчасово, об'єднуються певними загальними темами. Досліджуючи такі загальні наративи, дослідник може виявити підвалини наявної спільності (або такої, що існувала колись, якщо про історика). «Спільності», як того, що залишається предметом рефлексій для більшої частини представників соціальних груп існуючих «в-просторі». Даний комплекс феноменів можна аналізувати також й через призму мемів, що відбивають чинні практики.

#### Проміжні підсумки:

1. Інтернет ми характеризували за Р. Шором через стан «безкінечного цифрового Тепер». Даний стан підкреслює постійну зміну й концентрованість переживання миті у мережі. Світ у мережі не піддається цілісній фіксації — він ще більш роздроблений й плинний. Але одночасно, подібний за логікою емоційності, мінливості, швидкості, фрагментованості, контекстуальності.

2. Саме інтернет виступив платформою та каталізатором для реалізації конструктів сенсів, які створюються та розповсюджуються майже миттєво. Саме це створило умови для виникнення й розповсюдження мемів.

3. До сьогодні ми фіксуємо факт, що більшість «мовних острівців» поєднані перешийками спільних тем (не дивлячись на принципову політемпоральність [39] спільнот, різне «прочитання» культурних кодів, тощо). Підрозділ починає думку, що меми можуть виступати як один з засобів для аналізу світосприйняття певної соціальної групи в межах суб'єктивної реакції індивідів (груп) на реалії існування. Більше про це в підрозділі 4.5.

#### *Погляд на сміх 1.5*

Сміятися — природно. Але людство пішло далі «природності». У книзі «Сміх. Біологія, психіка, культура» Ерік Смарджа зазначав, що людина інтегрувала спадок філогенезу, який був доповнений розвитком «психологічного і культурного життя, кодованого складною системою лінгвістичних знаків» [45, с.12]. Тобто сміх постає природною формою вираження, яка інкорпорована в (психо)культурну дійсність.

«Відштовхуючись від універсальної основи сміху — філогенетичної спадщини міміки в соціальній грі вищих приматів, — людина витворила свій поліморфізм, свою функціональну полівалентність і багатозначність, а отже, здатність змінюватися за допомогою соціальних правил, чистих витворів її ментальної діяльності, породжуючи новий маркер соціальної ідентичності» [45, с.128].

Новий маркер соціальної ідентичності — те, що викликає в тебе посмішку (чи не викликає) вказує на те, яку ти маєш базу знань, до яких спільнот долучений, якими нормами оповитий, ілюструє твої вподобання (політика, мода, кіно, будь-які «смаки» та знання). Даний маркер є спрощеною частиною відповіді на питання: «Хто я?».

Для сміху характерна певна «агресивність». Вона, імовірно, існувала від самого зародження феномену на лоні природи. У культурі існує велике різноманіття форм трансформації такої агресії: анекдот, сатира, комедія, пародія, пасквіль, карикатура, мем, тощо. Для наведення прикладів використання агресивності сміху звернемося до книги «Страдающее средневековье» та зупинимося на кейсі «протомема» — «Волинка диявола» авторства Е. Шона (1530-ті роки). На карикатурі, що була частиною реакції католицької церкви на кампанію протестантів, був зображений Лютер з елементами волинки на голові, на якій грає диявол [47, с.100, зображення 101a, 101b]. Тлумачення карикатури: «брехлива промова еретиків — музика Сатани».

Дана карикатура виступає втіленням потрібних (в цьому випадку католикам) ідей, які передаються через зрозумілі образи (Лютер — ворог християнину, бо сам диявол говорить його вустами). Цей самий візуальний образ виявився живучим й більше ніж через три століття (у 1915 році) під час Першої світової його інтерпретація виринає знов. Тепер на карикатурі родом з Російської імперії, де зображений кайзер Вільгельм. На шиї кайзера сидить той самий диявол так само граючи на волинці. Назва роботи: «Чортова волинка, або чому Вільгельм так багато говорить» (Вільгельм змінив Лютера). У цих кейсах сміх виступає як інструмент, завдячуючи потенціалу якого досягається певна мета.

Протягом історії сміх та деієрархізація завжди були поряд: «Жарт демонструє мінливість дійсності, а отже — і її відносності. Або ж реальність у жарті сприймають лише як одну з багатьох можливих. Так людина бодай подумки тікає від правила» [13, с.82].

Кинемо погляд на античність. Тут пропоную розглянути твердження дослідника позаминулого сторіччя на основі роздумів над творами Арістофана (переклад близький до тексту): «почуття та думки, які було б небезпечно виголошувати на громадських зборах, вимовлялися максимально прозорою й простою мовою в комедії. Чим сміливішим був напад та гострішим висміювання, тим більше це подобалося публіці» [4, с.48-9]. Можемо порівняти з висловом Лукіана: «Такова уж природа народных толп: им любы те, кто насмехается или бранится, особенно когда то, что считалось священнейшим, разносят в клочья» [42].

«Натовпу» завжди був до вподоби агресивний сміх. Проте більшу частину історії такий сміх був обмежений певними подіями, переважно святами (локалізованими у часі), що дозволяли вивільнити певний «надлишок». Як тут не згадати карнавал Бахтіна, як тимчасове перегортання ієрархії у культурі Середньовіччя.

Часи змінилися — немає часових обмежень для сміху, немає струнких етичних обмежень заборонених тем, немає нічого, що може обмежити анонімного творця мема у будь-яких його діях із зображенням.

Чи здогадувались власники каракала Гоші (мем “Big Floppa”), що фото їхньої тваринки так полюблятимуть використовувати у мемах про військові злочини? Навряд чи. Але така природа непередбачуваної мережі. А особливо при творенні мемів навколо все більш етично конверсійних тем, а отже — більш емоційних. Емоція — ґрунт мема, без емоції мем не можливий.

#### Проміжні підсумки:

1. Філогенетичний спадок сміху людини включений у складну (психо)культурну систему. З розвитком культури сміх починає поставати новим маркером соціальної ідентичності (Ерік Смарджа). Аналізуючи який можна краще зрозуміти і окремого актора, і системи відносин до яких він долучений. За логікою: «те що викликає емоцію у відповідь (особливо бурхливу емоцію) — є важливим; чим менша важливість теми — тим менше реакції у відповідь».

2. Для сміху є характерною певна «агресивність», прагнення до перегортання ієрархії. Особливо влучно дане твердження передає інтенцію так званого «сміху натовпу» (Лукіан), що більшу частину історії перебував в лещатах локалізованих часових проміжків для вивільнення. На сьогодні масовий доступ до мережі дозволив реалізувати агресивний сміх натовпу у повсякденну мережеву комунікацію.

3. Продовжуючи наші роздуми, ми вважаємо, що така концентрація емоції та поляризації в одному місці протягом тривалого часу (замкнені соціальні групи, де програються подібні наративи) можуть перетворюватися на зброю у руках зацікавлених сторін проти їхніх конкурентів / ворогів. Дану інтенцію «сірого» використання лише підсилює відсутність адекватних обмежень у практиці мемотворення (особливо за умови збереження анонімності творця-поширювача мема).

## *РОЗДІЛ II. Комунікація та мем*

Логіка: другий розділ присвячений розгляду теорій комунікації та пошукам місця мемомтворчості серед опрацьованих концептів.

Перший підрозділ присвячений аналізу феноменів: мови, текстів, слів, проблеми зчитування в межах роздумів М. Маклуена та М. де Серто. Ми зафіксуємо умови, необхідні для коректної передачі повідомлення за Р. Якобсоном. Буде диференційовано активний ідіолект від пасивного за І. Левим. Згадані теорії ми розберемо крізь призму мемів.

Другий підрозділ присвячений переходу від поняття індивідуальної культури за А. Модем до проблеми творення літературного канону в межах традиції інтерпретації за статтею М. Ямпольського. Ми розглянемо (один) мем як текст, меми (сукупність) — як мову, що має свої правила. Наприкінці ми спробуємо проаналізувати засади плинності канону мемів.

Третій підрозділ підіймає проблему впливу кожного отриманого сприймачем повідомлення на реакцію на наступне (Абраам Моль), впливу технічного пристрою (Джвандзи) й каналу розповсюдження (Маршалл Маклуен) на поведінку людини. Підрозділ залишає відкритим для майбутніх досліджень питання щодо впливу мема, як засобу для здійснення комунікації, на формування «дійсності» учасників мемоінтерації.

### *2.1 Базові концепти*

Ролан Барт писав, що «корпус», з яким працює дослідник, це певна кінцева сума фактів, що були заздалегідь обрані, але обрані неминуче випадково [44, с.162]. Хоча б як випадково, але ми продовжимо пошукові рефлексії над феноменом мема. Тепер крізь призму теорій пов'язаних з комунікацією.

На переконання Маклуена [28, с.68-9], слова є складними системами метафор та символів, за допомогою яких ми ретранслюємо наш досвід назовні. Завдячуючи безпосередній передачі чуттєвого досвіду в голосових символах,

ми маємо можливість миттєво відновити у пам'яті потрібний шматочок світу, відновити інформацію, яка пронизує собою все середовище й весь наш досвід.

Функціонування такої складної системи ретрансляції досвіду вимагає ширшого аналізу самого процесу передачі повідомлень, що буде здійснено крізь призму концепції Романа Якобсона [44, с.198].

Є адресант (той, хто кодує повідомлення). Адресат передає повідомлення (інформацію у найширшому сенсі) адресату (той, хто декодує повідомлення). Для того, щоб повідомлення мало можливість виконати власну функцію (максимально точно передати першопочаткову інформацію) мають бути дотримані певні умови:

1. Контекст — має бути «зрозумілим» або відтворюваним для обох сторін.
2. Код — як спосіб побудови повідомлення. Для «зчитування» інформації адресат має знати яким чином інформація була закодована адресантом.
3. Контакт — тобто канал комунікації між адресантом та адресатом, який дозволяє встановлювати та підтримувати комунікацію.

Розберемо приклад: колега (адресант) питає у мене (адресат) в телеграмі (контакт): як там справи (код) з написанням дипломної роботи? (контекст). У відповідь отримує мем (код) з капітаном Джеком Горобцем та написом: «У тебе є диплом? У мене є дещо краще — актуальність роботи».

Адресант (я) кодує повідомлення, яке має бути декодоване адресатом (колегою), таким чином: «робота ще далека від завершення». Для передачі повідомлення я використовую відомий нам обом код — шаблон мема.

Обидві сторони під час комунікації були включеними в контекст, бо дивилися фільми «Пірати Карибського моря» (джерело мема), використовували інтерпретації виразу крилатого виразу як у живому спілкуванні, так і під час інтернет-комунікації. Контакт відбувався онлайн через месенджер телеграм із застосуванням візуально-вербального каналу передачі інформації. Результат

комунікації: колега «зчитала» повідомлення коректно, та побажала натхнення у виконанні роботи.

Іржі Левий доречно додає про існування так званого ідіолекту. Ідіолект — «множество всех парадигматических и синтагматических знаков и содержания, ими обозначенного, которыми овладевает данный индивидуум» [44, с.288]. Тобто про рівень володіння й кількість культурних кодів конкретного індивіда.

Далі Левий диференціює пасивний та активний ідіолект. Передамо різницю між ними прикладом: я читаю роботу Іржі Левого. Тут використовується пасивний ідіолект, що визначає якою мірою особисто я зможу зрозуміти викладені у роботі ідеї, вловити дискусію з іншими авторами, тощо. Коли я намагаюся донести окрему ідею Іржі Левого у дипломній роботі — працює «активний ідіолект», як спроба передати читачеві власну інтерпретацію ідей автора за допомогою художніх засобів (на рівні володіння адресантом).

Через наведений вище приклад з мемом: коли я отримую повідомлення від колеги (як справи з дипломом): пасивний ідіолект допомагає зрозуміти повідомлення, а використання активного ідіолекту (створення мема) — відповісти на питання. Коли колега отримала мем вона використала свій пасивний ідіолект, що дозволило їй віднайти відповідь на питання (як справи з дипломом — роботи ще багато). При побажанні натхнення вона скористалася активним ідіолектом, тобто залучила відому їй загальну формулу реакції на подібні інформаційні повідомлення, трансформуючи її саме для цього випадку.

Таким чином моя колега вірно зчитала повідомлення. Влучним в цьому контексті вважаю згадати цитату де Серто: «читати означає подорожувати всередині нав'язаної системи» [19, с.284]. Читати це більше ніж сукупність навичок з дешифрування тексту. Читання це про складну культурну практику.

Текст — не сукупність випадкових символів, а складна соціально сконструйована система, яка була вибудована відповідно до певної традиції (або

всупереч їй) у певний час, у певному місці. Так само у прикладі вище, щоб бути успішно прочитаним, мем вимагав цілого комплексу знань та навичок.

#### Проміжні підсумки:

1. Передача сенсу повідомлення є складним процесом в межах мови, що має враховувати: знання адресатом способу кодування повідомлення, включеність у контекст, ідіолект адресата, тощо.

2. Мем — один з засобів, що дозволяє через загальновідомий шаблон ретранслювати особистий досвід автора назовні.

3. Конкретний мем виступає як текст, тобто сукупність знаків, що впорядкована з певною метою та за певними правилами в межах більшої знакової системи, якої він є втіленням й продовженням. Сукупність мемів на сьогодні виступає «окремою» мовою. Мовою, тобто відносно автономною знаковою системою, що продовжує свій розвиток в ході практики мемотворення—мемоспоживання у продукуванні—зчитуванні конкретних творів (мемів).

### *Індивідуальна культура та канон 2.2*

Зробимо крок назад. Як ми розбирали вище, твір мистецтва постає на основі переосмислення того, що було до нього. Юлія Крістева вважала, що: «будь-який текст будується як мозаїка цитації, будь-який текст є продуктом вбирання (інкорпорування) і трансформації якого-небудь іншого тексту» [24]. Абраам Моль: «творець нових ідей створює їх на основі раніше набутих ідей, які складають фонд його індивідуальної культури. Його діяльність відбувається в рамках, які визначаються оточуючим його середовищем» [31, с.101].

Індивідуальна культура, як поняття, межує за значенням з розглянутим ідіолектом. За А. Модем, саме індивідуальна культура визначає твій рівень долученості до культурного контексту. Коли мовиться про індивідуальну культуру, мається на увазі аналіз не абстрактної сукупності «знань» навколо — а

те, який обсяг з загального розмаїття були рецепційовані індивідом — тобто стали частиною його індивідуальної культури.

Надалі буде розглядатися саме індивідуальна культура через вищу прозорість значення, за виключенням потреби у диференціації «активного» та «пасивного» компоненту ідіолекту.

При формуванні індивідуальної культури ти спираєшся на «щось» конвенційно визнане за взірець в конкретний час у системі твоїх соціальних відносин — літературні твори, філософські погляди, релігійні практики, чесноти, тощо. В цьому контексті ми мовимо про «канон», опановування якого дозволяє стати частиною спільності. Тому для розширення логіки сприйняття феномену мемутворчості й включення до нової спільності, вважаю надзвичайно доречним підняти питання встановлення канонів у нашій дипломній роботі.

Акцент буде зроблено на формуванні саме літературного канону, що обґрунтовано розглядом мему як тексту в межах даної роботи. Подальші наші рефлексії спиратимуться на роботу Михайла Ямпольського [54], що написана як критика на книгу «Західний канон» Гарольда Блума.

Основна теза статті: акт канонізації не спирається на індивідуальний естетичний досвід та не є наслідком досягнення «оригінальності» автором. Акт канонізації — результат багатьох інтерпретацій, що належать певній суспільній групі (художників, критиків, тощо) — не автору.

Канонічним текстом, за Ямпольським, є той текст, що перестає належати одному автору. Ця «втрата» дозволяє вийти сенсу твору за межі індивідуального досвіду й набути онтологічного характеру в ході сталої традиції інтерпретації.

Робота 1998 року, а здається, що описує реалії функціонування мемів. Меми не належать одному автору. Меми стають «канонічними» (тобто загальновідомими й включаються у пасивний ідіолект зчитування) завдячуючи постійним інтерпретаціям у безлічі контекстів, що дозволяє їм виходити на межовий й надіндивідуальний рівень досвіду.

Далі автор звертає увагу на поняття «дистанціювання» за Зімеlem, що мовить про заміщення примітивних форм насолоди від присвоєння, як фізичного споживання. Естетична цінність не може бути так безпосередньо спожита чи присвоєна. Такий поступовий процес відмежування від «прикладного», за розумінням Норберта Еліаса, можна назвати «цивілізуючим процесом». На переконання Михайла Ямпольського, це й відрізняє «високий» канон від «низького» — якість, яка дистанційована від прикладного, від ринкових форм споживання.

Мем живе за кардинально іншим законом: хоча певний шаблон є дистанційованим від конкретного досвіду, проте в результаті інтерпретації, він миттєво стає емоційним відбитком конкретного моменту рефлексії індивіда. Це, можливо, найбільш прикладна форма у мережі (про мем й ринкові форми споживання ми розберемо докладніше в останньому розділі).

Згодом автор аналізує групу, яку Бурдьє назвав «аристократією культури» та її елітарний канон. В цьому контексті Ямпольський наголошує, що такий канон фіксує ціннісну систему групи, яка знаходиться на її вершині суспільних ієрархій та може впливати на легітимізацію культурних цінностей в усьому суспільстві. Зазначаючи, що тоді ієрархічна організація кожного особистого канону читача є відображенням його позиції в суспільстві.

Перетворення інформації на мем є процесом (переважно) заснованим на засадах анархічності, масовості, де диференціації. Один й той самий мем функціонує в канонах різних соціальних груп. Але так (переважно) з різним сенсовим навантаженням шаблонів / особливостями побудови. Здається, що це лише деталі, але дуже важливі деталі. Саме вони унаочнюють рівень долученості індивіда до процесу мемотворення-споживання, розуміння теми, навички зчитування певних способів кодування інформації, тощо.

Наприкінці роботи Михайло Ямпольський висуває теорію, за якою більшість народів не мають чогось рівного західному канону не через те, що не

знали у своїй історії «сильних авторів», а тому, що не мали багатовікової сталої традиції інтерпретації, що єдина здатна на формування канону.

Для мемів й найменша соціальна група (тимчасово) може стати законодавцем канону, що стає можливим через сформовану у всесвітній мережі традицію миттєвих паралельних кроскультурних інтерпретацій. Звісно, це все відбувається у випадку, якщо конкретний мем виявиться віральним, що складно передбачити. Й такий канон, переважно, надто мінливий. Але мінливий для фізичного часу, який ми фіксуємо годинниками. Час у мережі з ним не збігається — похибка приблизно один мільйон років потенційних інтерпретацій на 24 години [77].

В межах теорії “uses and gratification” [61] вважається, що людина сама обирає комфортне медіа — те, яке задовольняє наші потреби. «Вихований смак» є вмінням раціоналізувати та рефлексувати над власними почуттями, формувати до них усвідомлене відношення, яке можливе лише на основі певних прикладів — канонів, які були визначені до того [43]. Як для задоволення потреб, так й для «виховання» смаку», ми використовуємо «взірцеві» приклади.

Розширимо останній фрагмент на логіку нашої теми через поняття «нова грамотність».

«Нова грамотність» [2] — як навичка розуміння мови мемів (що починається від оволодіння «каноном»), знання способів побудови такого типу повідомлення, вміння створювати такі повідомлення, розуміння специфіки каналів їхнього поширення ... + сукупна кількість відомих тобі «шаблонів», що дозволяє коректно кодувати / декодувати повідомлення. Меми — мова ХХІ століття, наш хиткий дім буття.

Проміжні підсумки:

1. Встановлення літературного канону є наслідком сталої традиції інтерпретації, що дозволяє вийти сенсу конкретного тексту за межі досвіду автора (індивідуального) й набути онтологічного характеру.

2. Меми теж формують власний канон в ході низки інтерпретацій. Основна відмінність у процесі встановлення: не елітарність інтерпретаторів, відсутність контролю за процесом, відсутність певних «інститутів» для вироблення ієрархій інтерпретації, неймовірна швидкість внесення змін, можливість повного перегортання змісту повідомлення, тощо.

3. На перший погляд, канон мемів видається надто плинним. Мем виникає — яскраво, але не довго існує в мережі — тож або стає частиною повсякденної мови, або перестає функціонувати, тобто забуття (перестає складати актуальний канон). Але ми маємо враховувати різницю між фізичним часом (24 години на добу) та сукупним часом, що людство витрачає в соціальних мережах (один мільйон років на добу), який є часом для потенційного переосмислення канону мільярдами людей по всьому світу. За такої лінзи інтерпретації виникає питання: чи не цей канон є «найтриваліших» з відомих людству? Його ми залишимо до наступних розвідок.

4. До опановування мови мемів ми наближаємося з розвитком нашої «нової грамотності». На сьогодні немає переліку «базових кодів», що дозволило б визначити рівень опановування цієї мови через її постійну зміну. Лише кількість успішних актів комунікації й обсяг відомих шаблонів може вказати на рівень долученості до цієї культурної практики. Відсутність «нової грамотності» може призвести до проблем у процесі комунікації. В найкращому випадку, можна відбутися посмішками. Як в Угорщині, коли в межах кампанії з підвищення народжуваності використали фото пари відомої з мема “Distracted Boyfriend” (невірний хлопець) [51]. Наймовірніше, найближчим часом з’являться й менш позитивні кейси.

### *Роблена поведінка 2.3*

Процес комунікації сьогодні особливо тісно пов’язаний із технічними засобами здійснення. Виникають плеяди робіт присвячених наслідкам

використання гаджетів. Але вперше питання впливу нових технічних засобів на поведінку людини було піднято понад дві тисячі років тому. Дозволю собі процитувати фрагмент з «Джвандзи», видатного твору III століття до н.е.:

«Дзигон мандрував на полудне до Чу. На зворотній дорозі до Цінь він їхав північним берегом річки Хань і побачив там чоловіка, що порався на городі. Чоловік той залазив у криницю, виносив наверх дзбанок води і виливав на грядку. Так трудячись, клопоту мав багато, а пожитку мало. Дзигон сказав: — Існує спосіб, щоб за один день поливати сотні грядок. Клопоту з ним мало, а пожитку багато. Тобі таке не треба?

Садівник зиркнув угору:

— Як це?

— З дерева різьбиться те, що звать журавлем, — у нього важке огуззя, але легкий носок і коли ним тягають воду, та наче ключем б'є.

Садівник наче розгнівався, але потім сказав зі сміхом:

— Я чув од свого вчителя, що з таких виробів пішла роблена поведінка, а з робленої поведінки серце теж стає робленим, гублячи щиру простоту. Без щирої простоти дух не має спокою, а Правда не держиться неспокійних духом. Не те щоб я не знав про журавля — мені соромно ним користатися» [14, с. 121].

Технічні зміни, що так значно змінюють звичну циклічність життя, викликають рефлексію. Хоча для їх аналізу потрібне часове дистанціювання.

Проте у XXI столітті описаний феномен пришвидшення призводить до неможливості цілісно відрефлексувати на трансформації: до моменту завершення рефлексії вже може відбутися низка змін — рефлексія застаріє до моменту появи.

У роботі «Теорія інформації і естетичне сприйняття», Абраам Моль наголошує, що кожне прийняте повідомлення впливає на здатність «приймача» до сприйняття наступних повідомлень — приймач виступає як система, що саморозвивається [32, с.165]. Тобто ми, як приймачі, весь час змінюємося під впливом «повідомлень».

Маршал Маклуен: «засіб комунікації є повідомленням ... вплив технології відбувається не на рівні думок або понять, воно змінює чуттєві пропорції, або образи сприйняття, послідовно і без спротиву ... Споглядання, використання чи

сприйняття будь-якої проєкції в технологічну форму з необхідністю означає прийняття його в середину себе» [28, с. 16, 22, 56].

Тут постає питання, яке, на переконання автора дипломної роботи, стане одним з полів досліджень прийдешніх поколінь мемоведів. А саме: якою мірою мему, як засіб для комунікації, виступають повідомленням (у розумінні Маклуена) й впливають на їхнього сприймача, як систему, що саморозвивається від кожного отриманого повідомлення (за Модем).

Тобто якою мірою мему змінюють їхніх «споживачів-творців», якою буде «революція Гутенберга навпаки», чим завершиться поворот до емоції синхронічності візуального? Ці питання ми підняли як перспективні для розгляду в розробках вчених майбутнього, які матимуть значно більший обсяг впорядкованої інформації й кращі технології для роботи з нею.

#### Проміжні підсумки:

1. Кожне повідомлення впливає на те, як сприймач реагуватиме на наступне повідомлення. Сприймач (людина) — як система, яка ніколи не зупиняє власний розвиток в наслідок отримання нових повідомлень (А. Моль).

2. Технічний пристрій, як і канал розповсюдження, впливає як на передачу конкретного повідомлення, так й на саму людину, змінюючи її поведінку (М. Маклуен, Джвандзи).

3. Питання стосовно того, чи формує мем «дійсність» (задає принцип для сортування інформації в межах власної логіки) більшою мірою ніж інші медіа потребує додаткових досліджень. Проте беззаперечним залишається вплив мему на «сприймача» в межах візуальної культури, особливо враховуючи кількість інтеракцій типового користувача з мемами протягом дня. Що, імовірно, може формувати певні патерни сприйняття — реакції на повідомлення.

### *РОЗДІЛ III. Сприйняття як практика мемоспоживання*

Логіка: візуальне, як поєднання біологічного зору й культурного бачення — репродукція, як звільнення образу — візуальна культура, як поле зіткнення бачень.

Перший підрозділ присвячений розгляду феномену візуального. У діалозі з цитатами ми артикулюємо поняття синхронічності, зараження, емоційності (Берджер, Берд, Теогнід, Бойлен, Овідій) й крізь них передаємо власну інтерпретацію швидкості передачі повідомлення крізь візуальну складову, що є домінантною для мемів.

Другий підрозділ присвячений роботі Джона Берджера «Як ми бачимо». В межах нашої роботи дана книга виступає містком між «візуальним» та «візуальною культурою». У цьому підрозділі опрацьовано засадничий принцип вибірковості в межах кожного акту бачення, розглянуто логіку репродукції та розпочата дискусія стосовно втрати влади над наших життям продуктів повсюдного мистецтва. Наприкінці ми вкотре фіксуємо поєднання логіки репродукції й вибірковості бачення для кожного мема.

Третій підрозділ присвячений аналізу роботи Алексіс Бойлен «Візуальна культура». Протягом опрацювання ми виокремлюємо характерні особливості візуальної культури й накладаємо їх на мемоінтерацію.

### *Синхронічність візуального 3.1*

Алексіс Л. Бойлен, у роботі «Візуальна культура», пише: «Візуальне — частина історії, яку плетуть люди. При цьому люди теж є частиною нарративу, що його творять зображення. Наші бажання відходять на другий план, бо візуальне затягує нас і кличе танцювати разом» [1, с.33].

В чому сила візуального, яка кличе нас «танцювати разом»? Що змушує нас в такт Теогніду промовляти: «Оком побачене, знай, думку обдурить не раз» [48, с.31]? Що дає оку могутність ввести в оману думку?

Відповімо словами Майкла Берда: «Історії за своєю сутністю діахронічні, адже потрібен час, аби їх розповісти, та й події, зображені в них, розгортаються в часі. Натомість зорові образи діють синхронічно, глядач інтерпретує їх майже миттєво» [7, с. 18].

Зір — синхронічність. Синхронічність сприйняття — швидкість. Швидкість — відчуття, емоція, які передують думкам (як процесу рефлексії). Джон Берджер формулює силу візуального таким чином: «Бачення передує словам ... Завдяки баченню ми визначаємо своє місце в навколишньому світі; можемо пояснити світ словами, але слова не перекреслять того факту, що світ нас оточує» [6, с.11].

Світ передував нам, передував нашій здатності його осягати. Тим більше передував здатності осягати його словом. Зір — природа, зір — давніший за людство інструмент сприйняття світу. Бачення — культурна обробка зору, яка дозволяє отримати реакцію без діахронічної рефлексії тексту. Візуальне — синхронічне та безпосереднє, що досягає нас зі швидкістю любові в Овідія:

«Щоб од любові втекти — од зарази тікай якнайдалі:  
Навіть худібці вона чи не найбільше грозить.  
Очі самі заражаються, вразу якусь коли бачать;  
Тіло до тіла — і так людом недуга іде» [41, с.71].

Ключове слово знаходиться у третьому рядку — зараження.

Візуальне «заражає» свого сприймача — ось і ми вже у танку премодерного, кружляємо на віддалі від діахронії рефлексій серед (хоча б й миттєвого) відчуття втраченої причетності та єдності. Звичайно, за умови знання контексту та коду (докладніше про процес передачі повідомлень у другому розділі роботи). Якщо маєш доступ — вітаємо (ти серед своїх), не маєш — чужинець.

Проміжні підсумки:

1. Сприйняття світу за допомогою зору передує сприйняттю за допомогою слова (Джон Берджер). Зір передує думці (Теогнід). Візуальне заражає (метафора Овідія) та затягує сприймачів у свій танок (Алексіс Бойлен). Зорові образи зчитуються синхронічно (Майкл Берд), що дозволяє доносити певну інформацію майже миттєво з акцентом на емоційну складову.

2. Поєднання синхронічності візуального, процесу зараження та випередження зором рефлексії, перетворює «візуальне» на потужний засіб комунікації / впливу. Даний потенціал використовується сповна в межах, що ми проаналізуємо на практиці в останньому розділі роботи.

3. Враховуючи тенденцію до відмови у мережі від «текстів» на противагу «зображенням», ми можемо фіксувати домінування у мережевому сприйнятті фрагментованої синхронії емоції над комплексними діахронічними наративами текстів. Це, в межах даної роботи, вважається одним з проявів логіки де диференціації культурних практик (Скотт Леш, з натяком на весь комплекс опрацьованих концептів у перших розділах) та наслідків процесу «занепаду влади» (Мойсес Наїм) у «пласкому світі» (Паскаль Гілен).

4. Меми чи не найбільше виграють від такого стану речей (частково, ставши його причиною). Меми про: візуальне (переважно), емоцію, зараження, швидкість. Ось ми й дійшли моменту майже повного охоплення логіки феномену, яку автор роботи намагався віднайти між різними теоретичними пошуками.

### *Зауваження Берджера 3.2*

Перехід з поняття «візуального» до «візуальної культури» ми здійснимо за посередництвом аналізу обраних положень з книги Джона Берджера «Як ми бачимо».

«На те, як ми бачимо, впливає те, що ми знаємо й у що віримо ... Ми бачимо тільки те, на що дивимося. Дивитися — це робити вибір» [6, с.12]. Наша

призма сприйняття «не чиста». За цієї позиції ми (відносно) самостійно обираємо, на що хотіли б звернути свою увагу — побачити, або ні. Тобто навіть при описаній вище могутності візуального, чи відкриєш ти себе для конкретної синхронії сприйняття залежить від твого вибору.

Акт споглядання — акт вибору.

Берджер писав: «кожне зображення втілює чиесь бачення, але наше сприйняття й оцінка зображення водночас залежать від того, як бачимо ми» [6, с.14]. Неочікувано, але подібну за духом рефлексію над процесом сприйняття (уникаючи контексту) дає відомий середньовічний трактат: «І різниця в одержанні постає не з першої причини, а через одержувача. Це тому, що одержувачі різняться, а через це різняться й одержуване» [20, с.59].

Два абсолютно не подібні джерела рефлексії в межах роботи мають підкреслити, що на процес сприйняття інформації впливає унікальний комплекс факторів, який формував індивіда до моменту «зіткнення» з інформаційним повідомленням.

Твердження про «різні бачення» імпліцитно лежить в кожному мемі. Мем фіксує лише один бік реальності, проте відзеркалює її в живому схопленні автором. Але як конкретний читач зчитає повідомлення автора у мережі — залежить від нього. Саме так з різними одержувачами буде різнитися й одержувана інформація, навіть в межах «однакового повідомлення» (розвиваючи логіку з «Книги про причини»).

Це пояснює той факт, що меми, навіть в межах порівняно замкнених соціальних груп, відрізняються у «тональностях прочитання». Даний факт додає проблем для дослідницьких інтерпретацій феномену — неймовірна вимогливість до «розуміння» дослідником контексту функціонування системи (у якій твориться-поширюється мем) й вміння зчитувати його «очами» включених у систему представників (щоб розрізнити індивідуальну «похибку» у прочитанні від «загальної практики» в межах цілої групи).

«... репродукція уможлиблює, ба навіть робить неминучим використання зображення для дуже різних цілей, і відтворене зображення, на відміну від оригінального твору, придатне для всього» [6, с.29]. Мем — це ланцюжок репродукцій, що використовують (в той чи інший спосіб) певний шаблон для досягнення власних цілей.

« ... сучасні засоби механічного відтворення знищили владу мистецтва чи випустили її ... Уперше за весь час свого існування мистецькі зображення стали ефемерними, повсюдними, безтілесними, доступними, позбавленими цінності, вільними й безкоштовними. Вони оточують нас так само, як оточує мова. Вони ввійшли до мейнстріму життя, над яким уже не мають влади» [6, с.36].

Це твердження випадково, але дуже точно фіксує стан на сьогодні мемів: вони (ще) не врегульовані законами, ні нормами мережевої етики (зараз її немає, хоча є дані, що до «Eternal September» вона існувала). Учасники мережевої комунікації розвинули до межі тенденцію оточення людей ефемерними мистецькими зображеннями як мовою (у другому розділі роботи ми акцентували на факті утворення «окремої» мови мемів). Єдине, що з цитованих думок Берджера повністю не збігається з нашим баченням — що такі зображення (в цьому контексті про меми) не мають влади над життям. Їхню «владу» ми доведемо в останнім розділом нашої дипломної роботи.

Меми сьогодні — лакуни свободи вираження, засоби для ведення політичних війн та поширення соціальної реклами, для висміювання конкурентів й підтримки у скрутні часи друзів. Все одночасно. Вони скрізь.

#### Проміжні підсумки:

1. Побачити або ні — акт вибору. Кожне зображення втілює чиесь бачення. Але, що буде побачене тобою — залежить від того, як «бачиш» ти (тобто про твої політичні погляди, освіту, релігійні переконання, звички, тощо).

2. Репродукція, особливо у логіці віртуальної репродукції, робить зображення повсюдними й придатним для досягнення будь-якої мети (Джон Берджер).

### *Візуальна культура та мему 3.3*

«Візуальна культура — це дослідження всього зі спробою це все зрозуміти» [1, с.46]. Так стисло мою дипломну роботу ще не передавали. Лише залишилося додати наприкінці: «зі спробою зрозуміти мему». Цим ми продовжуємо займатися.

Алексіс Бойлен доводить до логічного завершення наш минулий підрозділ цитатою: «Візуальність описує не тільки біологічну функцію бачення, а й процес аналізу ширшого соціального і культурного контексту, а також конструкції зору та їхній вплив. Око подає дані, які треба відсортувати, це сортування є самою суттю візуальності» [1, с.184].

Сортування. Сортування завжди має під собою певний принцип вибірконості. Візуальна культура не може бути нейтральною, вона завжди щось означає та несе на собі відбиток певної ідеології, на засадах якої була здійснена вибірконість [1, с.17]. На суперечливе переконання Бойлен, візуальне лише демонструє культурне, лише фіксує вже наявні цінності / прагнення, але не творить їх [1, с. 43].

Стисло про головне:

1. Кожен об'єкт візуальної культури існує в межах системи, а не окремо. Кожен об'єкт має власну історію й майбутнє, які поєднані з іншими об'єктами. Все існує одночасно [1, с.46-7].

2. Візуальній культурі не притаманні поняття унікальності чи статичності: «Зображення поширюються і змінюються в середовищі ймовірних смислів ... завжди бодай трохи відкритих до зовнішнього впливу. Візуальна культура ... хронологічно плинна, об'єднує минуле, теперішнє і майбутнє [1, с.53]. Для

схоплення феномену А. Бойлен пропонує метафору вихору [1, с.63], підкреслюючи постійні процеси трансформації притаманні візуальним образам.

3. Учасник комунікації в межах візуальної культури завжди має страх не зрозуміти, не зчитати символи, втратити відчуття причетності [1, с.49].

4. Візуальна культура з позиції інсайдерів: «гарантує прийняття, впливовість і відчуття належності» [1, с.88].

5. Візуальна культура для аутсайдерів — про диференціацію від панівної парадигми, що у сучасних умовах часто проявляється як: «стратегія для побудови візуальної ідентичності і присутності» [1, с.88].

6. Візуальна сатира складна у поясненні через зв'язок символізму з конкретним культурним моментом [1, с.99]. Тут втрачається комічний потенціал через потребу пояснювати речі які (навіть у результаті «розуміння» іншою стороною комунікації) можуть не викликати жодної реакції.

Накладаємо дані твердження на меми:

1. Мем не існує окремо від власних «копій» — завдяки їм фрагмент інформації й стає мемом. Меми не існують окремо, бо пов'язані з: конкретними подіями (на які відбувалася рефлексія), з іншими візуальними образами або текстовими фрагментами (які можуть залучатися у шаблон), навіть з самими собою в інших контекстах. Мем — зразковий феномен візуальної культури в логіці Алексіс Бойлен.

2. Меми точно не унікальні й не статичні — вони завжди відкриті до нових інтерпретацій та контекстів. Саме копіювання зі змінами й творить практику мемоінтеракції, як єдності мемотворення й мемоспоживання.

3. Страх не розуміння тут вкладений в основі. Використаємо апофатичне доведення: не зрозуміти «локальний» мем (як мем, що ж зрозумілий лише в межах певної соціальної групи) — відчутти себе поза контекстом (не своїм). Не

зрозуміти «складний» мем (тобто з посиланнями на певну специфічну галузь знання) — відчувати себе поза контекстом (не розумним).

4. Зчитування мема — це про віднаходження єдності, синхронічності у контекстуальному середовищі з мемотворцем.

5. Знаходитися поза контекстом мема (аутсайдером) — бути не своїм. Реакція на це може бути різною: бажання дослідити даний кластер мемоінтерації (наприклад, знайшов канал «Довколоботаніка» — відчув брак знань — почав досліджувати дану тему); підкреслено оминати певну знакову систему (наприклад, оминати меми з діячами естради РФ); не мати жодної реакції (якщо щось надто локальне або відмінне від вашої сфери зацікавлень), тощо.

6. Мем — концентрована емоція певного моменту. Переважно, поза його межами він втрачає і свій комічний потенціал, і компонент візуальної синхронії передачі інформації. Візуальна сатира мема — сатира миті.

Мем функціонує як частина візуальної культури в найбільш її постмодерному значенні, де: «суб'єкт сам оцінює відповідність важливого моменту зафіксованому в кадрі своїм очікуванням про нього» [37, с.5].

Моя інтерпретація логіки мережі влучно передається у роботі Олени Павлової: «Дискурсивні практики зі сфери тексту витісняються у візуальний ряд. Друковані знаки стають супроводом до картинки з вимогою зменшення кількості букв. Тим самим змінюється не лише сенс, але витісняється зміст» [36]. Відсутність єдиного погляду, загальна мозаїчність, емоційність — засадничі для мема. Окрім іншого, для побудови повідомлень за допомогою мемів характерна вимога до зменшення кількості букв. Популярний мем (майже ніколи) не має на зображенні більше декількох речень.

Проміжні підсумки:

1. Візуальна культура про відбиток ідеології (способу бачення), як принципу сортування, який уможлиблює акт вибору (побачити або ні).

2. Візуальна культура за А. Бойлен: існування кожного об'єкту в межах політемпоральної системи; про постійну мінливість образів; про страх не зрозуміти; про можливість віднайти єдність «зі своїми» при розумінні й прийнятті наріжного принципу сортування для даної візуальної культури, або сформувати ідентичність «проти» даного погляду (виробити свій, або заперечити існуючий). Візуальна сатира — концентрована, емоційна, але актуальна (несе інформацію та емоцію) протягом короткого часу в певному контексті.

3. Логіка мережі: дискурсивні практики переходять з текстових творів на зображення, повідомлення стає більш «стислими», підсилюється емоційний компонент (переосмислюючи Олену Павлову).

4. Візуальна культура + логіка мережі + люди + емоція + випадок = мем.

#### *РОЗДІЛ IV. Мем в різноманітності культурних практик*

Логіка: останній розділ має на меті стати виявом опрацьованих у трьох попередніх розділах теоретичних аспектів мемоінтеракції. Наша дипломна робота пропонує розгляд функціонування мемів в межах юридичної, політичної та бізнес площини. Далі ми підійдемо до питання купівлі мемів на NTF аукціонах. Згодом ми розглянемо спосіб аналізу культури повсякденності й способу бачення цілих соціальних груп через меми. Окремий підрозділ буде присвячений рефлексії щодо вигнанців й токсичності джерел творення мемів. Передостанній розділ спрямований на аналіз феномену постправди й співвідношення його з логікою мемів. Наприкінці ми поміркуємо про мистецтво та меми.

Перший підрозділ має на меті проаналізувати юридичну складову практики мемоінтеракції. Роз'єднати логіку розв'язання проблеми у мережі між тоталітарними та демократичними режимами й через конкретні кейси (Китай, США, ВБ, Україна, РФ, тощо) довести суперечності стану неврегульованості феномена. Ми запропонуємо спосіб бачення, за яким чинний юридичний статус мемів стимулює зацікавлені сторони до використання мемів для впливу на аудиторію (включно з маніпуляцією та дезінформацією).

Другий підрозділ присвячений ролі мемів у політиці, особливо під час виборчих кампаній. Даний феномен може бути поясненим тяжінням політики (особливо сучасної) до сфери емоційного, на протигагу фактичному та вже зазначеної правової неврегульованості мемів.

Мем як можливість передати стисле емоційне повідомлення для визначеної цільової аудиторії. В межах цього підрозділу дана рефлексія на феномени “meme magic”, політики як битви мемами, впливу недостатньої кількості інформації на швидкість поширення мемів. Наприкінці ми наводимо кейс “Pere the Frog”, як приклад привласнення шаблону мема в логіці війн мемів, що підіймає питання щодо функціонування звільнених репродукцій у мережі.

Третій підрозділ присвячений фіксації активного залучення потенціалу мемів у бізнесі. Ми доводимо можливість монетизації мемів у бажану валюту (гроші / увага / вплив) на прикладі кейса з Берні Сандерсом. Ми вкажемо на причину використання мемів у комунікації, як на можливість розмовляти однією мовою з вашою цільовою аудиторією. Підрозділ завершимо прикладом впливу мемів на світ бізнесу, що буде здійснено крізь кейс “GameStop”.

Четвертий підрозділ присвячений тренду на купівлю мемів, як об'єктів цифрового мистецтва, на NTF аукціонах. Ми дамо визначення NTF та згадаємо найвідоміші приклади купівель мемів (у світі та в Україні). Наприкінці підрозділу ми зробимо рефлексію на місце мемів у даному феномені.

П'ятий підрозділ звертає увагу на можливість схоплення культури повсякденності та способу світобачення конкретних соціальних груп крізь меми. Ми проводимо далі зафіксований протягом роботи зв'язок між емоцією та мемом, де емоція виступає показником не байдужості до певних тем представників соціальних груп, надаючи нові можливості для аналізу. Ми пропонуємо погляд на меми як на соціологічне опитування. Ми фіксуємо на існування медіа присвячених мемам та перші архіви, де меми зберігають для досліджень. Ми приводимо приклади академічного та не академічного дослідження культурних практик крізь меми, де окремо зупиняємося на проблемах «зовнішнього» аналізу наративів мемів замкнених соціальних груп.

Шостий підрозділ будується навколо спроби осмислення походження значної кількості мемів з джерел рефлексій «вигнанців», що маркуються сучасною західною політичною повісткою як «токсичні» (на основі роботи: “On the Origins of Memes by Means of Fringe Web Communities”). Далі ми переходимо до виокремленої логіки відсутності єдиного таємного знання та суперечливостей толерантної політкоректності (переосмислюючи Павла Шведа). Ми пропонуємо тезу, що на даний стан всезагальної невизначеності й занепаду влади (Мойсес Наїм) відбувається особливо активна рефлексія серед тих, хто не погоджується з даним станом речей — вигнанці. Враховуючи, що для мема наріжною є поєднання емоції та випадку, вигнанці точно мають емоцію. А через можливість об'єднання (завдячуючи всесвітній мережі) у групи близьких за поглядами, там значно зростає градус емоції й концентрації рефлексій. Це дозволяє, зі збільшенням кількості рефлексій, отримувати вищу імовірність на утворення успішного мема, як побічного продукту.

Сьомий підрозділ присвячений аналізу феномена постправди та його співвідношенням з логікою мемів, що здійснене на основі переосмислення роботи «Постправда» Лі Макінтайра. Вкотре підкреслюється емоційна складова мема, що не вимагає від даного способу комунікації компоненту істинності. Що

вважається, в межах нашої роботи, ще однією причиною зростання популярності використання мемів у політиці та бізнесі.

Восьмий підрозділ присвячений феноменам «творення-мистецтва» та їхнього співвідношення з мемами. Ми виробимо бачення мистецтва як творення буття (Платон), творчість — як створення життя (Паскаль Гілен, Марліс де Мунк), а митця — як того, хто вдихає життя у нейтральний шаблон (Філіп Дік). В даному контексті меми розглядаються як мистецькі твори, що постали в наслідок переосмислення шаблонів. Потенціал до творення життя (як нових сенсів й контекстів, так й з позиції оживлення економіки), ми розглянули на прикладі історії мема «Пухнастий Ісус». Наприкінці ми зафіксували, що меми ще не визнані як мистецтво, проте вже відбувається перші виставки й бієнале присвячені їм. Що робить обґрунтованим припущення, що найближчим часом меми отримають відповідний до власної природи статус мистецтва.

### *Меми та юридична площина 4.1*

Спираючись на аналіз статті Єлизавети Алексіюк для CEDEM [16], зробимо моніторинг стану справ у мемів із законодавчим регулюванням:

1. Українське законодавство: мем не легалізований.
2. ЄС: намагалися (“Directive on copyright and related rights in the Digital Single Market”). Викликало бурхливі емоції — вважалося, що це може вплинути на меми (як цензура).
3. США: окремо для мемів немає регулювання; переважно про широке розуміння використання принципу “fair use”. Тобто: «використання чужого контенту для мемів можна назвати законним, якщо при цьому було використано маленький відсоток оригінального (захищеного авторським правом) матеріалу, а також якщо мета створення мему – пародія, жарт тощо».

Надзвичайно цікавим є згаданий у статті факт сприйняттям окремими науковцями (М. Lantagne “Famous on the Internet: the spectrum of Internet memes and the legal challenge of evolving methods of communication”) мемів ближче до ідей, які не є захищеними авторським правом.

Згадана авторкою робота диференціює [65, р.3-4] “Static Memes” (просто відтворення зображення без будь-яких змін у самому зображенні / його сенсі) й “Mutating Memes”: “it evolves or “mutates” beyond the visual image’s original context to communicate something different” [65, р.12]. Хоча це розрізнення пов’язано саме з контекстом судових суперечок про copyright / intellectual property / etc, а ніж про самі меми, але з тенденцією до монетизації мемів як цифрових творів, збільшення впливу (політика / економіка), різноманітні питання юридичного кшталту про меми лунатимуть все частіше.

Можна знайти безуспішні пропозиції / спроби встановити контроль саме над мемами. Наприклад, ідея 2018 року у Мексиці [57], та 2016 року в Іспанії [76]. Обидві ініціативи сприймалися як наступ на свободу слова певною партією та не знайшли підтримки для імплементації.

Якщо взяти ширше: не лише контроль над меми, а й про регулювання всієї мережі, то можна назвати один успішний кейс — Китай. За даними звіту щодо стану свободи у мережі “Freedom on the Net 2020” від Freedom House, свобода у мережі Китаю отримує 10/100 балів й класифікується як “Not Free” [62]. Завдяки комплексу дій, включно з системою “Great Firewall”, Комуністична партія Китаю контролює мережу. У західних ЗМІ особливо любляють розгортати образ цензури Китаю крізь заборону на згадування Вінні-Пуха. Причина: використання образів ведмедика у мережі для порівнянь (особливо в мемах) з Головою КНР та Генеральним секретарем ЦК КПК — товаришем Сі Цзіньпіном [40]. Партія вирішила — цензори виконали.

На сьогодні приклад Китаю є винятком з правила. Причини: необхідність великих ресурсів (технологічних, людських, тощо) для контролю над мережею,

порівняно мала кількість режимів з тоталітарною формою державного правління проти демократичної або змішаної форм. Через комбінацію факторів технологічної / політичної / ресурсної слабкості (у порівнянні з тоталітарним Китаєм) та іншим підходом до управління, демократичним режимам доводиться шукати інших способів реакції на неприпустимий контент. Включно з мемами.

Переважно в такому випадку ми мовимо про відповідальність через суспільний осуд (за умови не анонімного розповсюдження). Особливо це відбивається на публічних особистостях. Таким можна назвати кейс мера містечка West York з Пенсильванії, який опублікував мем з орангутангами про, на той момент, президента США Барака Обаму та його сім'ю [85]. Мем був проінтерпретований як расистський, здійнявся скандал. В цьому випадку все завершилося політичною відповідальністю — Charles Wasko пішов у відставку.

Іноді наративи мемів потрапляють в межі інших нормативно-правових актів. Тоді ситуація ускладнюється. Розглянемо торішній приклад з України — вирок Новотроїцького районного суду Херсонської області.

Контекст: пенсіонерка розмішувала на свої «стіні» у соціальній мережі картинки (окремі з яких ми можемо класифікувати як меми), що містили у собі радянську символіку та окремі (імовірно) прорадянські наративи.

Дане правопорушення пройшло експертизу й розглядалось як: «передбачене ч.2 ст.436-1 КК України, за кваліфікуючою ознакою - поширення та публічне використання символіки комуністичного тоталітарного режиму з використанням засобів масової інформації». Завдячуючи угоді про визнання винуватості та каяття, пенсіонерка отримала мінімальний термін позбавлення волі за даною статтею (5 років), з заміною його на один рік умовно (іспитовий строк) й мала сплатити 11440.80 гривень за проведення судової експертизи [10].

В окремих випадках меми можуть використовуватися владою для боротьби з противниками режиму. Наприклад, кримінальне переслідування у РФ Марії Мотузної за меми на сторінці у соціальній мережі «Вконтакте». Ця

справа призвела до широкого суспільного резонансу, що призвів частковою декриміналізацією 282 статті УК («Уголовный кодекс»). Це дозволило їй відсудити 100 000 рублів за незаконне кримінальне переслідування [35].

Меми можуть підпадати під спроби боротьби режимів з «не бажаними» наративами, як це було у справі Андрія Шашеріна. За мем з патріархом РПЦ Кирилом та дорогим годинником, Шашерін був направлений судом у психлікарню на примусову стаціонарну експертизу [46]. Але його теж врятувала публічність та згадана вище декриміналізація 282 статті УК [34].

З кожним роком виникатимуть все більш контroversійні справи через не врегульованість сфери комунікації у мережі. Особливо, комунікації через меми. Наприклад: Geraint Jones, британський поліцейський, був притягнутий до суду за поширення мема з Джорджем Флойдом у поліцейському чаті з восьми осіб. Обвинувачення будувалося навколо можливої образи почуттів етнічних меншин. Обвинувачений стверджує, що поширював мем лише з метою жарту й не вкладав якогось особливого значення чи глибоких підтекстів у мем. Лише жарт як жарт, тому не розуміє, що він робить у суді [71].

Ця справа підіймає питання різного прочитання мемів (код / контекст), віднаходження «мети» конкретного поширювача, навіть криміналізації поширення мемів. Наприклад, меми з Флойдом були поширені сотнею тисяч людей з абсолютно різною метою, контекстами, тощо. Хто з них мають понести покарання, яке покарання, та чи взагалі мають понести покарання? Які теми заборонені для гумору й хто їх зараз визначає? Питання відкриті.

Нещодавно у США виник новий кейс включення мемів у юридичне поле. Далі про справу Douglass Mackey, який був звинувачений у: “violating 18 U.S.C. § 241 ... namely, the right to vote” [87].

Контекст: президентська кампанія 2016. Douglass Mackey через соціальну мережу Twitter, де мав значний вплив, поширює не правдиву інформацію щодо

способів голосування на виборах (через смс або соціальні мережі). Поширення інформації відбувалося через зображення (меми), які були оформлені у «стилістиці» Клінтон. Імовірна мета: втрата частина голосів за неї. Тому, на переконання обвинувачування, ці меми були створені для введення в оману виборців й унеможливлення здійснення їхнього права на голосування [60].

Дана справа змушує повторювати запитання щодо регулювання мемів, особливо про ранжування умисності впливу, мети здійснення та наслідків впливів, що є викликом для законодавців. А в межах нашої роботи, це ще один приклад, який доводить потенційний вплив мемів на аудиторію.

#### Проміжні підсумки:

1. Для юридичної практики меми виступають проблемою. Спроби їхнього юридичного врегулювання викликають бурхливу суспільну реакцію, яка призводить до призупиненням таких дій. На сьогодні меми понад законами.

2. Через не врегульованість феномену, меми все частіше виступатимуть частиною контroversійних судових кейсів та використовуватимуться для здійснення впливу на аудиторію. Включно з маніпуляцією та дезінформацією.

#### *Мемі та політика 4.2*

“.. Now politics, she said, is just “a battle of the memes”

“Organizers on both the left and right said the left has so far been slower to adapt to meme politics ... “It’s almost like a new means of communication — the image and emotion and creation,” said Matt Braynard, 39, the former director of data for Mr. Trump’s campaign ..” [81].

Політика (як “politics”, а не “policy”) перейшла у сферу емоції та поляризації. А що може передати конкретний яскравий меседж чітко визначеній аудиторії ніж мем? Саме тому можна все частіше натрапити у медіа на варіації твердження, що політика перетворилася на битву мемами (у прямому сенсі слова) та плеяду кейсів впливу на вибори через меми.

За даними статті “How memes got weaponized: A short history”, меми використовують й уряди та державні інститути для досягнення власних цілей. Наприклад, програма для молоді “Warriors Wanted” від армії США. Мемів бояться та все більше досліджують, включно з військовими [63].

Меми — нова зброя. Щоправда, для ведення війни мемами необхідна достатньо «гостра» емоція для масової мобілізації. Війна — найгостріша емоція. Не дивно, що за даними наведеної вище статті, меми так активно використовують обидві сторони територіальних конфліктів (Індія / Пакистан; Китай / Гонконг, тощо).

“.. apparently nothing that can't be memed ... Memes aren't inherently bad or good, but they do speak to a cultural moment” [67]; “Memes don't circulate because they're true. They circulate because they're funny. They're about reappropriating the culture around us and short-circuiting meanings” [79].

Все може стати мемом (якщо ми його «побачимо» в розумінні Берджера). Меми лише специфічний засіб швидкої передачі коротких емоційних повідомлень, що є глибоко зафіксованими у контексті. Меми поширюються тому, що вони смішні. Сміятися приємніше ніж плакати, й легше у порівнянні з аналізом даних, зважуванням позицій, здійсненням складного вибору.

“Meme magic is almost identical to meme warfare in that it attempts to use shareable images and ideas in an effort to engender real political change ... Memes thrive on a lack of information – the faster you can grasp the point, the higher the chance it will spread” [70].

Звичайно варто враховувати специфіку США: термін “meme magic” використовувався «ультраправими» для опису сили впливу мемів, й стаття направлена «проти» них (з часом й «ультраліві» почали використовувати цю можливість поширення наративів). Але так: чим менше конкретики — тим більша можливість грати на емоціях.

Найвідоміший кейс життєвих перепитій мема — Pepe the Frog. З абсолютно нейтральної картинки у 2000-них перетворився на один з символів ультраправих. Далі був визнаний “Anti-Defamation League” як символ ненависті [74], а його творець судився заради того, щоб врятувати мем від прибічників Трампа [73]. Звільнення репродукцій від оригіналу у мережі не лише про позитивні наслідки.

#### Проміжні підсумки:

1. Через зміщення політики від фактів до «емоції» меми займають помітне місце під час виборчих перегонів. Причина: можливість швидко донести стислі емоційні повідомлення до своєї цільової аудиторії. Особливо сприяє швидкості поширення мемів ситуації, де є «недостача» в перевірєній інформації. На поширення мемів не впливає правдивість інформації — лише те, чи це смішно. Через своє активне поширення меми мають надзвичайний потенціал впливу, що іноді описують через термін “meme magic”. Кейс “Pepe the Frog” — приклад привласнення шаблону певною політичною групою в логіці війни мемами та вияву впливу “meme magic”.

2. Меми там, де є концентрована у часі та просторі емоція. Саме через емоційний компонент меми набули такого поширення у сучасній політичній боротьбі, виборчих кампаніях, територіальних конфліктах, тощо.

#### *Мемі та бізнес 4.3*

Дві найбільш конкурентні сфери сьогодення (бізнес та політика, якщо їх можливо роз’єднати) найактивніше використовують потенціал мемів для досягнення власних цілей. Особливо враховуючи зазначену вище «правову невизначеність» + (ще) не звичність використання даного засобу для поза неформальної комунікації + неймовірну популярність мемів серед користувачів.

Перекинемо місток від політики до бізнесу.

Ми знову в США. Кейс Берні Сандерса, який прийшов на інавгурацію президента Джо Байдена. Одягнений в теплі рукавички, маску, з перекинутими ногами та перехрещеними руками він потрапляє в кадр. Нічого особливого. Але кадр викликає посмішку. Інавгурацію бачило багато людей — посмішка могла виникнути у багатьох. Починається творчість. Чим активніше поширюється користувачами зображення у різних контекстах — тим популярнішим стає мем. Мем з ним на певний час стає дуже популярним.

В якийсь момент Берні Сандерс вирішує продавати «мерч» зі своїм «мемним» фото й передавати зароблене на благодійність. Він акумулює завдяки такому, не надто оригінальному, використанню мема не менш ніж 1.8 мільйон доларів, що були передані на благодійність [58].

Меми гарно монетизуються у потрібну тобі «валюту»: гроші, підтримку, увагу. Імовірно, що з часом, меми стануть надто звичними для публічної комунікації й не матимуть такого впливу на публіку. Але зараз вони виграють увагу комбінацією новизни та емоційної синхронічності візуального (особливо при творенні мемів для чітко визначеної цільової аудиторії).

*Бізнес.* Спираючись на дані статті у журналі Forbes [23], бренди звертають все більшу увагу на потенціал мемів у піар-кампаніях. Мета — досягнення покоління Z, купівельна спроможність якого у США (спираючись на дані статті) сягає 143 мільярдів доларів. Ласий шматок.

Чому обрано меми: вони розмовляють однією мовою з цією аудиторією (7-22 роки); дійсно якісний мем, навіть якщо це реклама, має куди більшу імовірність бути поширеним серед друзів, ніж будь-яка інша форма рекламного повідомлення. Через доволі молоду ніша така реклама (поки) порівняно дешева.

Хоча зростає розуміння, що меми функціонують не лише серед покоління Z: “memes can speak to any generation. Memes are popular on social media, and every generation is represented on social media platforms”, причиною чого називають: “They grab your attention ... Nobody can resist a funny image” [69].

З таким потенційним впливом мемів не дивно, що так багато кейсів їхньої появи в самих епіцентрах гучних історій. Згадаємо останню [78, 50]. Знову США. Є компанія GameStop. Кампанія є великим продавцем відеоігор, консолей (іншого для комп'ютерних ігор) з фізичними магазинами. Через пандемію у компанії — величезні збитки, акції падають в ціні. Падіння передбачуване — брокери заробляють на прогнозованому падінні акцій.

Але. Є форум на Reddit, який має назву WallStreetBets. Там багато мемів, любов до ігор та не особлива любов до великих інвестиційних фондів. На форумі починається флешмоб з купівлею акцій компанії GameStop. Він стає масовим. Ціна акцій компанії зростає у рази, великі фонди, які так би прогнозовано заробили, зазнають величезних збитків (мільярди доларів).

Результат: ніхто не знає що робити. Так само продовжувалася купівля «безперспективних» акцій в інших кампаніях, які б так мали падати в ціні. Компанія GameStop, в якийсь момент, починає коштувати понад 25 мільярдів доларів (звичайно, потім ціна почала швидко просідати, коли акції почали продавати). Великі кампанії зазнають неймовірних збитків. У Вашингтоні думають які вводити обмеження. Така комбінація факторів (не без мемів, які стали важливою частиною комунікації на форумі й частиною ідентичності даної соціальної групи) призвели до феномену, раду якому будуть давати найближчим часом.

#### Проміжні підсумки:

1. Меми розмовляють «однією» мовою з цілими поколіннями, хоча саме серед представників покоління Z найвищі навички «нової грамотності» та найбільша кількість долучених до контексту. Очевидно, що у різних поколіннях різнитимуться способи побудови повідомлень, улюблені шаблони, теми для жартів, тощо. Але це про «діалекти» та відгалуження розвитку мови мемів. Але саме мемів, доповнюючи багатоголосся у новій поліфонії Бахтіна.

2. Через можливість розмовляти «однією мовою» з ЦА зацікавлені сторони можуть «монетизувати» меми у потрібну їм валюту: гроші, увага, підтримка. Як ми побачили на прикладі з Берні Сандерсом, меми можуть приносити величезні кошти. У порівнянні з іншими засобами для реклами, меми порівняно не дорогі (новий ринок) та мають вище рівень поширення ніж звичайна реклама (не звичність та емоційність). Тому бізнес так зацікавлений у даному засобі комунікації з аудиторією, а особливо, з поколінням Z.

3. Кейс купівлі акцій компанії GameStop унаочнює потенціал мемів для залучення представників соціальних груп до активних дій. Масовість таких дій може викликати не передбачувані коливання цін і, як наслідок, змінювати баланс на ринку. Меми як засіб для мобілізації, спосіб включення у дії, засіб для маніпулювання, що може призводити до реальних змін за допомогою сформованих емоційних повідомлень крізь логіку синхронічності візуального в межах певної соціальної групи.

#### *Купівля мемів 4.4*

Початок 2021 року приніс новий тренд — купівлю об'єктів цифрового мистецтва на NFT аукціонах. Звернемося за термінологічним поясненням: «NFT (невзаємозамінні токени, non-fungible tokens) ... вид криптографічних токенів, кожен екземпляр яких є унікальним і не може бути обмінаний, заміщений чи скопійований іншим аналогічним токеном ... якщо прикріпити NFT до будь-якого цифрового об'єкта, його можна вважати оригінальним» [12].

Феномен NFT, як й криптовалюта (за неї купують на цих аукціонах), оцінюється діаметрально протилежно у джерелах. Автор дипломної роботи не має фаховості в даному питанні, тому просто фіксує: це існує й люди готові платити великі гроші за об'єкти, «володіння» якими викликає певні сумніви (на рівні токена, як унікальної цифрової копії).

Звичайно, що серед об'єктів цифрового мистецтва особливо місце займають меми. Далі ми назвемо найпомітніші приклади купівель мемів. Щоб

не вдаватися у зайві деталі, нами буде зафіксована ціна у доларовому еквіваленті, яку конкретна сукупність сплаченої криптовалюти вартувала на момент транзакції. На сьогодні найдорожчим з проданих мемів є “Nyan Cat” — 600 000 доларів [84], далі слідує мем “Disaster Girl” — 495 000 доларів [82], який майже наздогнала “Overly Attached Girlfriend” — 411 000 доларів [72]. Залишаючи далеко позаду мем “Bad Luck Brian”, який був придбаний «лише» за 36 000 доларів [80].

Цей тренд не оминув й Україну, проте ми мовимо про значно менші суми у порівнянні з «міжнародно визнаними» мемами. На сьогодні найвідоміший вітчизняний приклад — продаж мему «Телебачення Торонто» з Ярославом Кравченко (NF-токен «Жуй сраку»). За нього, в доларовому еквіваленті, було сплачено понад 2500 тисяч доларів [33].

Проміжні підсумки:

1. Мемі займають помітне місце серед об’єктів цифрового мистецтва, що доводять ціни, які готові платити покупці на NTF аукціонах за мемі.

2. NTF потребує фаховішої апології за роздуми на маргіналіях дипломної роботи. Проте, можна припустити, що ми присутні при спробі відродження «оригінальності» та народженні «цифрового колекціонування». Й в одній з основ даних феноменів лежать мемі. Або криптовалюта й NTF лише грандіозна фінансова бульбашка. Хай як там, але мемі займають місце у першому ряду, що гарантує ще більшу увагу до них та емоцію у відповідь — а лише це й потрібно.

### *Мемі та культура повсякденності 4.5*

Мем втілює маньєристську загадку, яку Майкл Берд підіймає у контексті розгляду роботи «Автопортрет в опуклому дзеркалі» Парміджано: «якщо дзеркала водночас відображають і викривлюють реальність, тоді реальність можливо відобразити — тобто представити — тільки через викривлення» [7, с. 79]. Мем відображує лише один бік реальності, проте передає її в живому

схопленні автором. Імовірно, що сума мільйонів таких візуалізацій допоможе дослідникам майбутнього розібратися у тому, як ми сприймали світ навколо (що нам боліло, чим займалися у вільний час, про що мріяли, тощо).

Саме тому Бібліотека Конгресу США вже створює спеціальні архіви вебкультури (Webcomics Web Archive та Web Cultures Web Archive), з розрахунком на те, що у найближчі 25-100 років вони знадобляться для переосмислення дослідниками. Звичайно, що серед іншого, там є і меми [59]. Першоджерела для експедицій медіаархеологів майбутнього вже творяться.

Виникає все більше сайтів де пересічні користувачі можуть дізнатися більше про меми: почитати історію відомих шаблонів, теоретичні статті про меми, переглянути спеціалізовані новини, тощо — тобто окремі медіа про меми. Найвідомішим з іноземних є сайт “Know Your Meme” (KYM). Для пострадянського простору його відповідником можна назвати сайт “Memepedia” та “Енциклопедія Драматика” (в останньому не лише про меми).

Вчені вже проводять перші дослідження за допомогою мемів, де більша частина (вартих нашої уваги) дозволяють зробити загальний зріз практик в межах певного контексту. Наприклад, дослідження “What they do in the shadows: examining the far-right networks on Telegram” аналізує ультраправі групи у мережі Telegram. Результат: зафіксовано поступове збільшення їхньої аудиторії, велику роль фактору розколу за національними (особливо мовними) та ідеологічними ознаками, наріжна децентралізованість даних груп у мережі [55].

Виникають й поза академічні спроби аналізу мемів для кращого розуміння нашого повсякдення. Але в цьому випадку варто бути набагато обережнішими за зріз загальних практик: чим більш замкнена соціальна група — тим складніше коректно зчитати її повідомлення, а не нав’язати потрібне вам значення.

Звернемося до проєкту «МЕМетр: аналіз візуального дезінформаційного дискурсу» від «Детектор медіа». Вони пів року аналізували найпопулярніші

українські «мемні» спільноти на різних соціальних платформах. Це цікавий та вартий уваги моніторинг. Проте іноді, вони розглядали й відносно замкнені групи. Це ще цікавіше, але тут виникало більше питань.

Через кейс розкриємо можливі проблеми «об'єктивного погляду з гори» на наративи, особливо для відносно замкнених соціальних груп. Звернемося до аналізу каналу «Медвежатко», що був здійснений в межах моніторингу українського сегмента мережі Telegram [17]. Дослідник зчитав повідомлення й стилістику, зазначив про характерний цим мемам антисемітизм, елементи неонацизму, заклики проти «ліваків», меншин, тощо.

Але де контекст? Частина мемів каналу пов'язані з внутрішніми процесами у «правих» українських рухах; частина з мемів посилається на інші внутрішні жарти або наративи; частина направлені на висміювання гострих тем в діяльність представників цих рухів, гри з внутрішніми стереотипами, тощо.

Проте даний моніторинг цієї специфічності функціонування не фіксував. Тут переважно зовнішній опис, що не фіксує бачення очима долучених до контексту. Імовірно, що тут дослідник не має ключа для його відтворення та розуміння конкретного коду — не припустимо для аналізу логіки «бачення» представників замкнених груп, бо лише нав'язує виключений з даної системи відносин спосіб інтерпретації та не є релевантним для учасників такої комунікації. Це пов'язане з тим, що коди передачі повідомлень, а особливо у мемах, в межах груп можуть різнитися кардинально. Тобто для проведення академічного аналізу повідомлень, особливо «замкнених» соціальних груп, дослідник обов'язково має звертати увагу на контекст. Навіть спочатку шукати шляхи для отримання вірної інтерпретації способу бачення представниками даних спільнот, а вже потім робити аналіз. Лише так можна отримати можливість привідкрити їхню культуру повсякденності.

Проміжні підсумки:

1. Мем — концентрована емоція. Емоція — лакмусовий папірець того, що важливо, на що ти звертаєш увагу. Зрозуміти те, що викликає емоцію у представників замкненої соціальної групи — знайти доступ до їхнього «бачення» — (окрім іншого) зрозуміти їх та спробувати налагодити діалог.

2. Меми як «об’єктивне» соціологічне опитування: рефлексії надаються учасниками мемоінтеракції без розуміння того, що вони відповідають на питання. Саме тому вони «відповідають» щиро й без задніх думок. Звичайно, що цей матеріал специфічний й вимагає від дослідника непересічних навичок декодування, розуміння контексту та врахування логіки мемоінтеракції.

3. Існують окремі медіа присвячені мемам. Вже виникають архіви вебкультури, що у майбутньому, можуть допомогти дослідникам краще зрозуміти сприйняття світу окремими соціальними групами — меми виступають одним з способів ведення комунікації, які наповнюватимуть життям досліджуваний вченими культурний момент.

4. На фоні процесів зростання впливу мемів на різні площини людського співбуття зростає кількість академічних / не академічних спроб схопити фрагменти практик мемоінтеракції, що дають ширше розуміння логіки процесів віртуального співіснування, в якому ми проводимо лише більше часу. Нашої культури повсякдення, яку вже не можливо розділити на “online” та “offline”.

### *Меми та їхні джерела 4.6*

В межах дослідження з виявлення джерел мемів, група вчених зібрала та обробила [83] базу зі ста мільйонів мемів на ресурсах: Reddit, Twitter, 4chan й Gab, та більше ніж 700 000 зображень з сайту KnowYourMeme.

Для роботи з інформацією використовували алгоритм, що шукав візуально подібні файли у мережі для віднайдення мема-першоджерела. Далі зображення групувалися по тематиці та часу виникнення, що дозволяло дослідникам прослідкувати зміни сенсових навантажень у мемах.

Їхні висновки: більшість відомих мемів походять з обговорення ро1 на 4chan та сабрєдиті the\_donald. Меми у кожному з кластерів мають певні характерні ознаки: на Reddit популярністю користуються меми на політичну тематику (та про Трампа, загалом), а 4chan вирізняється високою концентрацією расистських та «злих» жартів.

Так, феномен мємотворення дорєчнїше розглядати за принципом: «кожний конкретний випадок окремо з врахуванням контексту». Проте ми спробуємо створити теорію, яка запропонує спосіб бачення причин виникнення наявного стану речей, а саме: «токсичність» у джерел виникнення мемів та успішність «вигнанців».

Відповіді на ці запитання ми почнемо шукати у збірці есеїв Павла Шведа «З чого нам дозволено сміятись?». На переконання автора, зараз ми неспроможні провести несуперечливу «етичну межу», яка б слугувала для суспільства визначником тем, над якими можна й варто сміятися, а для яких не має бути місця сміху. Даний процес розглядається крізь призму сучасного стану інтерпретації наріжного для сучасної культури поняття політкоректності:

« толєрантна політкоректність змушена бути суперечливою та не до кінця послїдовною ... змушена замовчувати той нїмий процес преференціалїзації, який лежить в її основї, тобто те, що їй йдеться лише про певного іншого та цїлком конкретні відмінності, які ми маємо поважати ... проблема сучасної толєрантності полягає в тому, що її не можливо універсалїзувати» [38, с.13-4].

Автор згадує Славоя Жижека, який вважав, що: «наша належність до певної спільноти визначається не так знанням та виконанням усіх її експліцитних правил та приписів, як (неявним, імплїцитним) розумінням того, які з цих правил ми можемо і навіть зобов'язані порушувати. Тільки інтерналїзувавши таке «таємне» знання про дозволені межї переступу, що оперують у певній спільнотї, ми підтверджуємо справжню належність до неї,

навіть якщо самі ніколи не вдаємося до цього переступу чи й вважаємо його неприйнятним» [38, с.10].

Сучасна культура перебуває у стані існування сукупностей взаємосуперечливих «таємних знань», що обумовлено відсутністю достатньої влади у жодній соціальній групі / інституту для встановлення чогось близького до «єдиної ієрархії цінностей». Ми губимося у текучому світі з постійно змінними координатами.

Процеси «розмивання» мають свою унікальну кореляцію в межах різних культурних практик. Особливо гостро дане питання постає у площині політичного, чия тінь лягає на всі сфери нашого співбуття. Як доводить Мойсес Наїм у книзі «Занепад влади: Від владних кабінетів до полів битви й церков, а потім і до держави, або чому сьогодні бути при владі означає зовсім інше, ніж колись», влада зараз переживає не найкращі часи.

Наїм пише: «Влада розширюється, і могутні довгожителі Олімпу дедалі частіше отримують виклики від новачків і слабаків. А ті, в чиїх руках влада, стають дедалі обмеженішими у спробах її здійснення. ... влада не дає так багато, як раніше. У ХХІ столітті владу простіше здобути, важче здійснювати й легше втратити» [30, с.16-7].

Процес занепаду влади, за Наїмом, призводить до таких наслідків, як [30, с.377-90]:

- Політичний параліч — влада розпорошена між надто великою групою політичних акторів (й ця група лише зростає).
- Руйнівна конкуренція за владу, що може становити загрозу всьому суспільству (більше емоції, менше фактів, більша швидкість).
- Безлад — виникає через неможливість швидкої й адекватної реакції влади на виклики.
- Втрата знання й професіоналізму — через усунення традиційних партій (більше про «старі» демократії Заходу), які протягом довгого часу акумулювали складний у відтворенні комплекс знань та правил.

- Баналізація суспільних рухів (включно з «диванним активізмом»).
- Посилення нетерплячості й зменшення концентрації уваги споживачів політичного продукту — «інформаційний шум» через гіперконкуренцію на даному «ринку».
- Як результат — відчуження, яке Наїм вводить через Дюркгаймівську аномію. Аномія — розрив суспільних зв'язків між індивідом й громадою.

Не найкращий стан речей.

Ця всезагальна невизначеність у прочитанні правил співбуття (колись конвенційно визнаних) породжує бурхливу й не завжди діалогічну рефлексію. Однією з найбільш популярних форм якої є меми. Завдячуючи власній децентралізованій природі й широкому доступу мас, меми надають можливість фіксувати одночасно мільйони поглядів творців на «реальність» без жодної претензій на об'єктивність.

Час повернутися до другої частини питання — чому «вигнанці»? Вигнанці завжди мають досвід болючого переживання панівного культурного контексту. Коли ти переживаєш щось не доступне для більшості (або не притаманне), то отримуєш можливість «назвати» побачене.

Вигнанці рефлексують, переважно негативно, на оточуючий контекст. З розвитком мережі інтернет все більша кількість різних вигнанців отримує інструмент для об'єднання в анонімні групи близьких за поглядами. Для утворення успішного мема має відбутися збіг концентрованої емоції та випадку (влучна цитата, картинка, відео, тощо). У вигнанців, як мінімум, завжди є емоція. Якщо вигнанців багато й вони весь час рефлексують — збільшується імовірність збігу емоції та форми.

Звичайно, що окрім іншого, в групі також приємніше реалізувати «формулу» Октави Манноні «Я чудово розумію, але все-таки...» [38, с. 10, 52, 63], все більше замикаючи свою інформаційну бульбашку.

Тобто оминати незручні факти, які б могли поставити під питання «правильність» певної позиції. Експлуатуючи поєднання різних засобів колективної самоомани, представники таких груп (які можуть об'єднуватися навколо абсолютно різних речей) можуть маркувати «реальний» стан речей як неправильний і тимчасовий, зберігаючи душевну рівновагу та своє світобачення. Це створює комфортне відчуття віднаходження спільності та уможливорює висміювання «інших» відносно координованим фронтом, що лише більше підкріплюватиме потрібне даній соціальній групі «бачення».

#### Проміжні підсумки:

1. Розвиваючи твердження щодо неможливості універсалізації толерантної політкоректності (П. Швед), ми зафіксували відсутність не суперечливої етичної межі чи одного таємного знання в межах сучасної культури.

2. Слідуючи за логікою «занепаду влади» (М. Наїм), ми проаналізували процеси розмивання політики аж до політичного паралічу, який супроводжується включенням все більшого компонента «емоцій».

3. Конфлікти між поглядами в межах тотальної невизначеності веде до активної рефлексії. Одна з найбільш емоційних реакцій на стан речей характерна для «вигнанців», тобто виключених (добровільно або примусово) з панівної політико-культурної єдності. Це твердження підкріплює згаданий у роботі аналіз дослідження “On the Origins of Memes by Means of Fringe Web Communities”, за якими у джерел більшості мемів знаходяться кластер, що можна охрестити вигнанцями — ті хто має, як мінімум по окремим «ключовим» питанням сучасності, відмінні позиції від визнаних правильними (що підкріплює розповсюдження на цих платформах расистського гумору, злих жартів, активної промоції дискримінаційних політичних мемів, тощо).

4. Інтернет став платформою для об'єднання у відносну захищену спільність. Що, окрім іншого дозволяє створювати «інформаційну бульбашку»

для збереження бажаного способу бачення світу й координованого висміювання протилежних позицій.

5. Виходячи з зафіксованої (вкотре) аксіоми: «де концентрована емоція — там меми», ми, поєднуючи теорію з практикою бачимо причину такої кількості маргіналізованих одиниць у джерел мемів — концентрована емоція вигнанців. Дана «емоція» реалізується через засіб, який дозволяє швидко й насичено передати інформаційне повідомлення у певний культурний момент — мем.

### *Мемі та постправа 4.7*

Лі Макінтайр у роботі «Постправа» виводить дане поняття через претензію на підпорядкування правди політичним переконанням [27, с.27]. Наука вже не має останнього слова істини, лише ще одна з багатьох позицій. Цьому, на переконання автора, передувала серія ударів, який наука (та її основа — факти), нещодавно отримали від бізнесу, гуманітаріїв та політиків.

Бізнес: в першу чергу, тютюнові та нафтові кампанії, що імплементувати цілі стратегії з метою внесення сумнівів громадськості щодо істинності наукових досліджень: платили за бажані результати фінансуванням «кишенькових» наукових інститутів, проводили спеціальні кампанії у ЗМІ, тощо [27, с.34-7].

Гуманітаристика: постмодернізм як один з найтяжчих ударів для науки, що полягав у безвідповідальній академічній відмові від «правди», замінюючи її наративами та множинами відповідей [27, с.120]. А згодом — спроба «одягнути» різноманітні популярні теорії деконструкції не лише на все гуманітарне поле, але й на природничі науки, з намаганням змусити їй їх відмовитися від фактів та «правди». Що викликало активний спротив, як суто академічний, так й у комбінації з висміюванням, як кейс «Казус Сокала» [27, с.124-6].

Політика: поєднання звичного зважання на підтримку конкретного політика більше ніж на факти, але з підсиленням: «Якщо зв'язок між тютюном і раком можна приховати і ставити під сумнів десятиліттями інформаційних спотворень, чому б не повірити, що це універсальне правило для будь-якого питання, яке прагнуть політизувати?» [27, с.45]. Цей компонент від бізнесу, тобто вміння подавати (створювати) інформацію найбільш «вигідним» чином. Від «гуманітаріїв» дана сфера перейняла розмивання відповідальності: немає брехні — є наративи, бо немає об'єктивних фактів й наукової істини (мірила).

Звичайно, що компонент «гуманітаріїв» політики переймали без всіх складних побудов думок умовного Деріди (підставити інших постмодерністів), залишаючи лише доволі вибірково суть підходу: «праві, які запозичили постмодерністські ідеї, не надто цікавляться нюансами. Якщо їм потрібен інструмент, вони готові скористатися різницьким ножом замість молотка» [27, с.122]. Дане твердження не лише про «правих» (просто західні дослідження переважно будуються навколо них), бо емоції та інстинкти замінюють факти для політиків без уваги на їхні ідеології. Факти програють судженням.

Накладемо зафіксовану вище інформацію на нашу тему:

1. В логіці мемів немає різниці чи інформація правдива — головне, щоб викликала емоцію (переважно — сміх).

2. Політика все більше тяжіє до емоції та інстинкту. За даної логіки політики не зважають на факти, які не є їм «вигідними». Тобто підпорядковуючи саму реальність до власних політичних поглядів. Що може призводити у майбутньому до більшої кількості «глобальних» проблем.

3. Окремим напрямкам бізнесу (тютюн, алкоголь, нафта, тощо) частина результатів досліджень вчених заснованих на фактах не вигідна. Тому виникає потреба зробити «альтернативне» дослідження, відвернути увагу, зробити замовну кампанію, посіяти сумніви, змінити кут сприйняття споживача, тощо. Мета: не втратити прибуток.

4. Найбільше потенціал мемів використовується у політиці та бізнесі.

5. Складно сказати чи випадково так сталося, що феномен, якому не важливе поняття правди, найширше застосування знаходить у сферах, яким правда не завжди вигідна.

Проте вигідна емоція та швидкість поширення, які відкривають простір для поширення впливу та маніпуляцій на цілі соціальні групи. А саме це мем може запропонувати.

#### Проміжні підсумки:

1. Постправа — підпорядкування правди політичним переконанням, де наука й факти — лише наративи й позиції (Лі Макінтайр).

2. Емоція та швидкість передачі повідомлення мемами відкриває простір для впливу зацікавленими сторонами. «Постправа» може виступати як побічний продукт мемоінтеракції. Мемі — про емоцію, а не про правду (компонент «правди» не є обов'язковим, хоча й може бути присутнім).

#### *Мемі та спроба інституалізації у полі мистецтва 4.8*

Через поняття мистецтва-творчості не одне століття ламаються списи термінологічних суперечок. Автору дипломної роботи близька позиція зафіксована Платоном серед діалогів «Бенкету», де: «будь-яка причина є творчістю, якщо завдяки їй відбувається перехід із небуття у буття. Тому-то будь-яка праця в царині мистецтв є творчістю і кожен художник є творцем» [5, с.87-9]. Мистецтво як творення буття.

Надихаючись маклюеновським початком, наростимо плоть на скелет митця, як деміурга буття: «Так, це завдання митця: взяти шматок породи із темної, німої землі і перетворити його на осяйну небесну форму, в якій відбивається світло. Мертве, в яке вдихнули життя. Труп, який перетворили на полум'яне видовище, минуле, яке підкорили майбутньому» [49, с.314].

З цим пасажем Ф. Діка резонують й Марліс де Мунк та Паскаль Гілен: “«мистецтвом» можна назвати все, що створює значення, відступає від культурних звичок і традицій, оновлює їх чи вдихає в них нове життя ... Творчість — це ж про створення життя, чи не так?” [29, с.37]. Процес творчості як вихід за межі вимірності [13, с.27].

Функціонування мемів — про творення значень, про рефлексію й пошуки. Пошуки, що можуть дати нове життя, або призвести до осмисленої відмови. Мем (сам по собі) є лише шаблоном, ситуацією, пороною, в яку кожен новий творець вдихає життя й сенс, відкриваючи нові грані «аж надто звичного».

Тому я переконаний, що творення мемів є мистецтвом, а кожен з нас є потенційним митцем. Стосовно визнання на інституційному рівні мемів як мистецтва поки немає консенсусу, проте є перші ластівки — наприклад, новини про трієнале мемів Memennial 2020: Biennial 4 Meme [56], та виставка “The MEME Museum” у Чікаго в межах 6th Dimension Space + Gallery [66].

Напевно найвідомішим прикладом створення нового життя за допомогою одного мема є історія реставрації фрески здійсненої Cecilia Giménez у маленькому іспанському містечку Борха [75]. Повністю провальна реставрація.

Але в її наслідок утворюється новий малюнок, фотографія якого викликає у багатьох посмішку — її починають трансформувати у мережі — вона стає мемом відомим під назвами: “Potato Jesus”, “Ессе моно”, “Пухнастий Ісус”, “Monkey Christ”, тощо. Що змінило буття відреставрованої фрески як мема? Десяткам тисяч людей стало цікаво поглянути на оригінал твору — кількість туристів у місті зростає у чотири рази. Оцінювати такий результат реставрації автор дипломної роботи не вважає за необхідне, але наводить як приклад неочевидної сили (навіть одного) мема.

Проміжні підсумки:

1. Мистецтво — творення буття (метафора за Платоном). Творчість — створення життя (П. Гілен, М. де Мунк). Митець — творець, що перетворює нейтральну породу на витвір, що сповнений життя (метафора Ф. Діка).

2. Мем — шаблон, в який кожен мемоТворець вдихає життя, вкладаючи туди концентровану емоцію культурного моменту.

3. Невичерпний потенціал мемів до творення життя можна побачити у кейсі «Пухнастого Ісуса», де мем не лише надав нових сенсів зображенню (в цьому випадку — не вдалій реставрації), але й привернув туристів (оживив) у містечко, де знаходиться «оригінал» мема.

4. Меми, як мистецтво, ще досі не мають остаточного інституційного визнання. Проте ми навели NTF аукціони з цифровим мистецтвом, де меми займають не останні позиції (підрозділ 4.4) та перші виставки (The MEME Museum), бієнале (Memennial 2020: Biennial 4 Meme), які присвячені мемам. На підставі чого можемо зробити припущення, що протягом найближчих років меми закріпляться й на цьому рівні. Тож ми матимемо можливість насолоджуватися мемами у музеях, галереях, а не лише в межах даної дипломної роботи.

## **ВИСНОВКИ**

I. Виконанню першого завдання дослідження (зафіксувати вектори теоретизації зсуву культурних практик), ми присвятили перший розділ нашої дипломної роботи, зокрема:

- Надали робочі визначення основним поняттям (підрозділ 1.1).

Під мемом ми розуміли коротке інформаційне повідомлення, переважно гумористичної природи, що поширюється у мережі інтернет. Постійні трансформації мема пояснюються можливістю вільно вносити зміни кожному наступному автору.

Під мемоінтерацією ми розуміли культурну практику, що полягає в комунікації за допомогою мемів у мережі. Дана практика містить у собі процеси мемотворення — процес створення мемів, та мемоспоживання — процес зчитування мемів. Дані процеси, для цієї культурної практики, не є чітко розмежованими. Тому протягом роботи вони підіймалися саме під терміном мемоінтерація, якщо контекст не вимагав їхньої диференціації.

Під культурною практикою ми розуміли вияв (реалізацію) в межах певної дії / комплексу дій конкретної культурної ситуації. Тобто саме культурна практика є виявом результатів співбуття в межах досліджуваної системи відносин у певний час.

Нами була запропонована логіка мемів, що простежувалась протягом всієї роботи: меми — про концентровану емоцію культурного моменту, яка заснована на складній та мінливій знаковій системі, що забезпечує синхронічність сприйняття для долучених до певного контексту. Дана система не має претензії на істинність. Потенціал швидкості й емоційності у передачі повідомлення може бути використаний як інструменту впливу, але, одночасно, може бути використаний як інструмент для здійснення рефлексії конкретного автора.

- Здійснили аналіз сучасного стану культурного тла на якому виник та функціонує феномен мемів (підрозділ 1.2). Проаналізували вплив логіки всесвітньої мережі на процеси в культурі (підрозділ 1.4).

В межах роботи ми розуміли культуру як «спільний соціальний фонд знаків», за П. Гіленом, що уможлиблює людське співіснування та взаєморозуміння. Культура — спосіб перетворення світу у такий, де ми здатні жити, за В. Кебуладзе. Ми зафіксували інтенцію культури до консервативності у

мінливості: трансформаційні процеси відбуваються постійно, проте їхнє включення в «норму» відбувається протягом часу, що дозволяє створити поле для діалогу та переосмислення.

Перехід до розуміння процесів сучасної культури відбувся через аналіз мозаїчності за А. Модем, як символічної феодальної роздрібленості. Далі ми розглянули процеси фрагментації соціальності за Ф. Джеймісоном, що призводили до утворення все більш відокремлених мов, як маркерів належності до певної ідентичності. Завершували ми концептом «плаского світу» за П. Гіленом, як посилення процесів розмивання ієрархій, включення культури у фінансові схеми, тяжіння до посередності й мережевості. Ми запропонували об'єднати дані рефлексії крізь призму феномену пришвидшення за В. Шивельбушом, як зростання попиту на «споживання» в результаті зростання пропозиції у виробництві. Ми відстоювали позицію, що модерне «пришвидшення» лише набирало обертів й проникало у більшість сфер нашого співбуття з розвитком технологій останніх десятиліть.

Логіку мережі ми схарактеризувати станом «безкінечного цифрового Тепер» з книги Р. Шора. Мережа виступає платформою та каталізатором для реалізації конструктивів сенсів, що створюються та розповсюджуються майже миттєво, й так само швидко трансформується та зникає. Ми погодилися з логікою О. Павлової, що такий світ (культура) не піддається цілісній фіксації. Даний стан надто роздроблений й надто плинний. Проте подібний між собою за логікою емоційності, мінливості, фрагментованості та контекстуальності.

- Дослідили зв'язок феномену копіювання з мистецтвом для здійснення кореляції з процесом мемування за Р. Шором (підрозділ 1.3)

В ході аналізу тверджень Р. Шора з книги «Благай, кради і позичай. Митці проти оригінальності» (та мозаїк цитації інших авторів), ми зафіксували, що будь-який мистецький твір постає в результаті процесу копіювання —

переосмислення, що дозволяє новому твору «виокремитися» від першопочаткового в самоцінну культурну одиницю.

Для здійснення кореляції з процесом мемовтворення ми зафіксували засадничу демократичність мемів у порівнянні з іншими творів мистецтва. Учасник мемоінтеракції обов'язково є учасником масового процесу. Особливий наголос був зроблений на масовість — мем постає мемом лише в результаті масово поширення якогось фрагмента інформації з певними змінами. Таким чином ми візуалізували логіку М. Маклуена щодо переважання командного над особистісним як результату розвитку технологій. Окрім того, ми зазначили, що під час мемоінтеракції, кожен учасник одночасно є потенційним автором й читачем, що розвиває логіку розмивання автора-читача за В. Беньяміном.

- Зафіксували включення феномену сміху до маркерів соціальної ідентичності та проаналізували зв'язок агресивності та сміху за Е. Смарджою (підрозділ 1.5).

Ми проаналізували роботу Е. Смарджи «Сміх. Біологія, психіка, культура». Ми зафіксували, що філогенетичний спадок сміху людини включений у складну (психо)культурну систему. Ми окремо артикулювали той факт, що з розвитком культури сміх постає новим маркером соціальної ідентичності. Тобто за темами жартів / способом побудови повідомлень / швидкості зчитування повідомлень, тощо, ми можемо краще зрозуміти й окремого актора, так й систему відносин, в якій він існує.

Ми окреслили характерні для сміху компоненти агресивності та тяжіння до перегортання ієрархії. Ми згадали описаний Лукіаном «сміх натовпу», який більшу частину історії перебував в лещатах локалізованих часових проміжків для вивільнення, у логіці карнавальної культури за Бахтіном. Наприкінці підрозділу ми зафіксували, що сьогодні масовий доступ до мережі дозволив реалізувати агресивний сміх натовпу у повсякденну мережеву комунікацію.

II. Виконанню другого завдання дослідження (виявити специфіку комунікації в культурних практиках мема), ми присвятили другий розділ нашої роботи, зокрема:

- Провели дослідження процесу передачі повідомлення за Р. Якобсоном, розібрали поняття «індивідуальна культура» за А. Моєм та «ідіолект» за І. Левим (на прикладі з мемоінтерації).

Ми зазначили, що передача повідомлення є складним процесом в межах мови, як системи ретрансляції досвіду. Для уможливлення коректної комунікації має бути врахований цілий комплекс факторів. За Р. Якобсоном це знання адресатом способу кодування повідомлення, включеність у подібний контекст (можливість коректно відтворити потрібний елемент) та спільний код.

Аналізуючи А. Мою ми додали до цього переліку поняття «індивідуальної культури». Індивідуальна культура — кількість контекстів (знань), до яких конкретний індивід долучений (які йому відомі й рецепійовані, а не лише існують навколо).

Ми диференціювали поняття «пасивний / активний ідіолект» за І. Левим, як різниці між твоєю здатністю до зчитування тексту та здатністю до передачі його сенсу за допомогою відомих тобі художніх форм для передачі інформації. Всі дані концепти ми розглянули на прикладі з мемоінтерації (приклад з Джеком Горобцем та дипломом).

- Аргументували розгляд мема як тексту, мемів як мови. Звернули увагу на питання становлення канону мемів у переосмисленні статті М. Ямпольського.

Ми розглядали (конкретний) мем як текст. Тобто як сукупність знаків, що впорядкована з певною метою, за певними правилами в межах більшої знакової системи, якої мем є втіленням й продовженням. Правила мемоінтерації (від побудови до знання шаблонів) ми ввели через поняття «нової грамотності».

Ми розглянули меми як мову. Тобто як відносно автономну знакову систему, що продовжує свій розвиток в ході практики мемотворення— мемоспоживання у продукуванні—зчитуванні конкретних творів (мемів). Процес зчитування мемів ми провели читання за логікою де Серто, як подорожі у нав'язаній системі, яка, у комплексі з розглянутими теоріями (Р. Якобсона, А. Моля, І. Лєвого), мала підкреслити всю складність процесу комунікації й великої кількості причин, через яке повідомлення може бути не зчитане, або не зчитане коректно.

Далі ми перейшли від розгляду текстів-мови-читання до проблеми встановлення канонів у переосмисленні статті М.Ямпольського (підрозділ 2.2). Ми погодилися з автором, що становлення літературного канону є наслідком сталої традиції інтерпретації текстів, що дозволяє вийти сенсу конкретного твору за межі досвіду автора (індивідуального) й набути онтологічного характеру.

Ми зазначили, що меми теж формують власний канон в ході низки інтерпретацій. Проте з наріжною відмінністю у процесі встановлення від звичного літературного канону, а саме: не елітарність основної маси інтерпретаторів, відсутність контролю за процесом, відсутність певних «інститутів» для вироблення ієрархій інтерпретацій, неймовірна швидкість внесення змін, можливість повного перегортання змісту повідомлення, тощо.

Ми проаналізували плинність канону мемів й запропонували враховувати різницю між фізичним часом (24 години на добу) та сукупним часом, що людство витрачає в соціальних мережах (один мільйон років на добу). Тобто один мільйон років на добу для потенційного переосмислення канону мемів мільярдами людей по всьому світу. Виходячи з цього ми запропонували для майбутніх розвідок: чи не цей канон є «найтриваліших» з відомих людству?

- Опрацювали концепт робленої поведінки у зв'язку з процесом мемоінтеракції рефлексуючи на фрагменти Джвандзи, А. Моля та М. Маклуена (підрозділ 2.3).

Ми звернулися до контroversійної теми робленої поведінки. Термін «роблена поведінка» ми використовуємо наслідуючи трактат «Джвандзи», в якому дане поняття позначало поведінку людини на яку вплинув (змінив) технічний засіб, який вона використовувала (в контексті роботи III ст. до н.е. їм виступав колодязь-журавель, який змінював звичну повсякденність землеробів через пришвидшення й полегшення поливу землі).

Ми перенесли дану метафору у сучасність крізь роботу М. Маклуена. Маклуен стверджував, що сам засіб комунікації є повідомленням, а технологія змінює не лише наші думки або поняття, а й образи сприйняття. Сама взаємодія з технологією означає прийняття її в середину вас самих (її «логіки»). Таким чином технологія впливає на людей через поступову зміну наших образів сприйняття. Це і є продовженням роздумів про «роблену поведінку», проте вже у більш хронологічно близькі нам часи.

Через роботу А. Моля ми зафіксували факт впливу самого повідомлення на того, хто його приймає. Кожне повідомлення формує певний спосіб сприйняття, який впливатиме на отримання й декодування наступного повідомлення. Сприймач, тобто людина, — система, яка ніколи не зупиняє власний розвиток через отримання все нових повідомлень.

Таким чином ми отримали таку логіку: повідомлення впливає на того, хто його отримує (включно з формуванням способу реакції на наступні повідомлення) — людина ніколи не зупиняє свій розвиток у отриманні-реакції на повідомлення — засіб комунікації є повідомленням (тобто впливає на отримувача) — будь-яку технологію ми маємо прийняти в нас самих (тобто дане

повідомлення й спосіб поведінки) — виникає «роблена поведінка» (змінена в наслідок взаємодії з «технологією»).

Даний вектор роздумів ми пропонуємо для наступних досліджень, що вимагатимуть кращих технологій й методології, для дослідження формування «робленої поведінки» у процесі мемоінтеракції.

III. Виконанню третього завдання дослідження (здійснити дослідження феномену сприйняття як практики мемоспоживання), ми присвятили третій розділ нашої роботи, зокрема:

- Дослідили вплив синхронічності зчитування зображень за М. Бердом (підрозділ 3.1).

Ми зафіксували, що тексти зчитуються діахронічно, в той час, як візуальні зображення зчитуються майже миттєво — синхронічно. Це дозволяє передавати інформацію значно швидше, переважно більш стисло та з більше компонентом емоційності. Синхронічність можлива лише за умови знання контексту та коду.

- Розглянули метафору візуального як «затягування у танок» за книгою «Візуальна культура» А. Бойлен та «зараження» за Овідієм (підрозділ 3.1).

З книги Бойлен ми перейняли залучення у логіку візуального крізь образ затягування сприймачів у «свій танок». Танок як комплекс дій за певними встановленими правилами, яким ти підкоряєшся й відтворюєш до моменту його завершення. Проте візуальне ніколи повністю не завершується. Саме тому у роботі ми використали термін «зараження» візуальним за метафорою Овідія.

- Зафіксували первинність зорового осягнення світу людиною за Дж. Берджером (підрозділ 3.2).

Логіку первинності візуального ми перейняли з роботи «Як ми бачимо» Дж. Берджера. Зір, як спосіб осягнення світу, передував осягненню словом. Зір — найшвидший спосіб отримати інформацію з середовища, що може призводити до помилок через «автоматизм» реакції.

- Диференціювали зір та бачення за Дж. Берджером (підрозділ 3.2) та розглянули концепт вибірковості за А. Бойлен (підрозділ 3.3).

Ми диференціювали зір та бачення за Берджером, як природний та культурний (культурно-природний) процес сприйняття інформації. Ми зафіксували, що кожен акт бачення є актом вибору. Одна й та сама «інформація» може бути «побачена» різним чином, на що впливає ваш спосіб та перспектива бачення (досвід, політичні переконання, тощо).

Ми показали цікаву кореляцію розуміння того, як різниться інформація в залежності від одержувача через трактат «Книга про причини». За роботою Бойлен, ми довели цю логіку до концепту вибірковості, який завжди присутній у баченні. Це підкреслило тезу, що візуальне ніколи не може бути нейтральним й завжди несе на собі відбиток певного способу бачення (ідеології).

- Розглянули поняття візуальної культури та характерні особливості візуальної сатири за А. Бойлен (підрозділ 3.3).

Ми показали, що А. Бойлен розглядає візуальну культуру як відбиток ідеології, який сформований за певним принципом сортування, що уможливорює акт вибору. Даний концепт описується через існування кожного об'єкту в межах політемпоральної системи; постійну мінливість образів; страх не зрозуміти; можливість віднайти єдність «зі своїми» при розумінні й прийнятті наріжного принципу сортування для даної візуальної культури, тощо. Бойлен використовує метафору вихору для опису постійного руху (змін) образів візуальної культури.

Візуальна сатира, переосмислюючи Бойлен, концентрована, емоційна, але актуальна (несе інформацію та емоцію) протягом короткого часу в певному контексті, що пояснює її парадокс одночасної могутності й безсилля.

- Надали рефлексію на логіку репродукцій за Дж. Берджером (підрозділ 3.2).

За книгою Берджера ми провели логіку репродукцій як роблення зображення повсюдним й придатним для будь-якої мети. Дані процеси, як ми зазначили, лише набули свого бурхливого розвитку у мережі. Ми не погодилися з втратою влади таких репродукцій на наше життя й ми це висвітили у 4 розділі на рівні кейсів з мемами (меми як продовження логіки репродукцій).

- Зафіксували домінування зображень у мережі (підрозділ 3.3.).

Через статтю О. Павлової та аналітику по користувачах у мережі, ми простежили тенденцію відмови від «текстів» (у звичайному розумінні слова) на противагу «зображенням». Ми стверджуємо, що сьогодні можна говорити про домінування у мережевому сприйнятті фрагментованої синхронії емоції над комплексними діахронічними наративами текстів. Це, в межах даної роботи, вважається одним з проявів логіки де диференціації культурних практик за С. Лешем та побічних наслідків процесу «занепаду влади» за М. Наїмом у «пласкому світі» за П. Гіленом.

IV. Виконанню четвертого завдання дослідження (з'ясувати різноманітні аспекти функціонування культурних практик мемів), ми присвятили четвертий розділ нашої роботи, зокрема:

- Підняли питання щодо юридичного статусу мемів та навели приклади проблем та викликів, що створює стан юридичної невизначеності на реальних кейсах (підрозділ 4.1).

На основі статті Є. Алексіюк ми стисло передали загальний стан регулювання мемів у світі: Україна — не легалізований; ЄС — немає остаточної відповіді; США — продовжують користуватися принципом “fair use” (окремо

меми не врегульовані). Ми навели приклад не вдалих ідей / спроб регулювання мемів з Іспанії та Мексики.

Ми зафіксували факт розрізнення в юридичній літературі поняття “Static Memes” (просте відтворення зображення без будь-яких змін у зображенні / його сенсі) та “Mutating Memes” (те, що ми розуміємо під мемом у роботі — тобто про постійну зміну). Ми зробили припущення, що таке розрізнення пов’язане не так з феноменом мемоінтерації, як з судовими позовами про авторське право, інтелектуальну власність, розгляд яких знаходиться за межами нашої дослідницької роботи.

Ми запропонували розрізнення підходів до розв’язання проблеми регулювання мемів за логікою тоталітарних / демократичних режимів. Прикладом успішного контролю не лише за мемами, але й за мережею в межах країни, ми назвали Китай. Проте ми зазначили, що дані заходи вимагають величезних ресурсів (технологічних, людських, тощо), які більшості країн є недосяжними у порівнянні з Китаєм та іншої логіки управління (якщо ми мовимо про демократичні режими).

Ми зафіксували, що через загальну неврегульованість мемів їх будуть широко використовувати для впливу / маніпуляції допоки не буде впроваджений механізм притягнення до відповідальності. З іншого боку, до того моменту виникатиме все більше суперечливих кейсів вирішень ситуацій пов’язаних з ними.

Найпростішим виходом у випадку з мемами є відповідальність як суспільний осуд, що виникає за умови не анонімного розповсюдження. Особливо розповсюджується на публічних осіб. У роботі така відповідальність представлена кейсом з відставкою мера містечка у Пенсильванії за публікацію расистського мема з Бараком Обамою та його сім’єю.

Ми навели ситуації, коли меми підпадають під інші нормативно-правові акти. Таким у роботі був кейс пенсіонерки з Херсонської області, яка за

поширення прорадянських наративів й символіки на своїй сторінці, підпала під статтю з потенційною можливістю отримати від 5 до 10 років позбавлення волі. Лише в результаті визнання власної вини вона отримала штраф й рік умовно — судова система допомогла виправити суперечності даного кейсу.

Ми показали, що можуть виникати випадки, де меми виступають знаряддям влади для боротьби зі своїми політичними опонентами або залякуванням від поширення не потрібних владі наративів. Таким у нашій роботі були кейси з РФ Марії Мотузної та Андрія Шашеріна, відповідно. Через суспільний резонанс їм пощастило — була частково декриміналізована стаття, за якою відбувалося їхнє переслідування.

З більш суперечливих кейсів ми навели відкриття справи на британського поліцейського, який надіслав мем з Джорджем Флойдом у чат з восьми поліцейських. В результаті він був у суді з обвинуваченням у можливій образі почуттів етнічних меншин. Сам поліцейський стверджував, що хотів лише пожартувати й лише це було метою даного мема. Цей кейс нас відсилає до підрозділу 2.1 стосовно проблем відтворення контексту та знання коду повідомлення. Особливо на рівні особистої комунікації у певний момент часу: сьогодні смішно, завтра може не викликати жодної емоції, а за місяць призвести до обурення.

Останній кейс викликає чи не найбільше зацікавлення — поширення одним з «лідерів думок» у соціальній мережі Twitter мемів, які містили не правдиву інформацію щодо способу голосування на виборах й були оформлені у стилістиці іншого кандидата, ніж він підтримував. Це, на переконання обвинувачення, могло призвести до унеможливлення здійснення права громадян на голосування. Тут меми виступають зі сторони притягнення до відповідальності за імовірне поширення дезінформації, а також, спроби досягнення їхнього реального впливу на процес (наслідки).

- Навели приклади використання мемів для впливу у політиці (підрозділ 4.2) та бізнесі (підрозділ 4.3) та запропонували можливі причини їхнього активного використання.

На початку ми зафіксували зміщення політики від фактів до «емоції». Це пояснює зростання популярності мемів — меми там, де є концентрована у часі та просторі емоція. Меми це про можливість швидко донести стислі емоційні повідомлення до своєї цільової аудиторії, що робить їх особливо корисними під час емоційних виборчих перегонів, територіальних конфліктів, тощо. Цим пояснюється той факт, що все частіше politics описується як війна мемами — тобто змагання хто краще донесе емоційну інформацію до своєї аудиторії, тож отримає її увагу та підтримку.

Особливо сприяє швидкості поширення мемів ситуації, де є «недостача» в перевірній інформації. На поширення мемів не впливає правдивість інформації яку вони несуть, а лише те, чи викликають вони емоцію у відповідь. Через своє швидке розповсюдження меми надзвичайний потенціал впливу, який іноді описують через термін “meme magic”. Ми навели кейс “Pepe the Frog”, як приклад привласнення мема певною політичною групою в логіці війни мемами.

Ми сформувавши тезу, що меми сьогодні гарно монетизуються у бажану вами валюту: увагу, гроші, підтримку. Ми навели приклад мема з Берні Сандерсом, на якому політик заробив не менше ніж 1.8 мільйона доларів, що він їх передав на благодійність.

Ми згадали статті з журналу Forbes, за якими бізнес звернув увагу на меми через те, що вони розмовляють з аудиторією їхньою мовою. Особливо ж поколінням Z, але й з іншими поколіннями також. Окрім іншого меми, у порівнянні з іншими засобами для реклами, порівняно не дорогі (новий ринок) та мають вище рівень поширення ніж звичайна реклама (не звичність та емоційність). Тому бізнес так зацікавлений у даному засобі комунікації з аудиторією, а особливо, з поколінням Z.

Ми навели приклад (який одночасно підпадає й під підрозділ 4.1) купівлі акцій GameStop. Даний кейс унаочнює потенціал мемів у залученні представників соціальних груп до активних дій, що можуть впливати на «реальність». В цьому випадку — економічну, викликаючи не передбачувані коливання цін і, як наслідок, змінювати баланс на ринку. Меми як засіб для мобілізації, засіб для маніпулювання, який може призводити до змін за допомогою сформованих емоційних повідомлень крізь логіку синхронічності візуального в межах певної соціальної групи.

На переконання автора дипломної роботи, активне використання мемів у політиці-бізнесі пов'язано з: наріжною конкурентністю даних сфер, бажанні залучати якнайбільше цільову аудиторію, розуміння переваг новизни ринку, використання для власних цілей стану юридичної неврегульованості мемів, тяжіння до емоційності у таких комунікаціях та необов'язкове проголошення усієї «правди» своїм споживачам.

- Описали тренд продажу мемів, як об'єктів цифрового мистецтва, на NTF аукціонах та навели приклади придбаних творів (підрозділ 4.4).

Ми пояснили суть NTF, як токєну, що його прикріплюючи до об'єкта цифрового мистецтва можна назвати унікальним (унікальною копією). Найдорожчим з проданих на момент написання роботи залишається мем “Nuан Cat” — 600 000 доларів, а найдорожчим з українських — мем від Телебачення Торонто за 2500 доларів.

В роботі ми дійшли висновку, що якщо даний феномен є початком нового розуміння поняття оригінальності та цифрового колекціонування, то мемам пощастило бути при основі творення даної практики й звернути на себе увагу та отримати емоцію у рефлексію. Якщо криптовалюта й NTF лише грандіозна фінансова бульбашка, то мемам все одно пощастило опинитися у перших рядах — вони ще раз привернуть увагу до себе й отримають лише більше емоції у

відповідь (негативні емоції сильніші за позитивні). Тобто у будь-кому випадку, вся ця історія про перемогу мемів у перспективі.

- Проартикулювали можливість використання мемів для аналізу культури повсякденності / способів бачення різних соціальних груп (підрозділ 4.5).

Ми розпочали дану частину через метафору М. Берда стосовно роботи «Автопортрет в опуклому дзеркалі» Парміджано, яка нас привела до такої рефлексії: мем відображує лише один бік реальності, проте фіксує її в живому схопленні автором. Вірогідно, що сума таких візуалізацій допоможе дослідникам розібратися, як ми (в межах певних соціальних груп) сприймаємо світ навколо, особливо враховуючи, що наша повсякденність все менш помітно розмежована між “online” та “offline”.

Для зазначеного нами аналізу потрібний матеріал, дуже багато матеріалу. На щастя, на рівні Бібліотеки Конгресу США створюють архів вебкультури для дослідників майбутнього, включно з мемами. Вже певний час існують окремі медіа, де можна дізнатися більше про меми. Нами у роботі було згадано сайти “Know Your Meme”, “Memepedia” та “Енциклопедія Драматика”.

Ми зафіксували таку логіку: Мем — концентрована емоція. Емоція — лакмусовий папірець того, що для тебе (групи) важливо, на що ти (група) звертаєш увагу. Зрозуміти те, що викликає емоцію у представників замкненої соціальної групи — знайти доступ до їхнього «бачення», тобто можливість зрозуміти їх.

В цьому контексті ми назвали мемоінтеракцію «об’єктивним» соціологічним опитуванням, в якому дослідник має навчитися зчитувати конкретний код та контекст соціальної групи, що дозволить отримувати відповіді з емпіричного матеріалу (об’єктивне, бо ваші респонденти не знатимуть цього й поводитимуться «нормально»).

Ми навели приклад академічного дослідження “What they do in the shadows: examining the far-right networks on Telegram” та зробили стислий переказ положень, проаналізувавши цінність такого «загального» зріза практик.

Наприкінці ми звернулися до не академічного проекту від «Детектор медіа». Ми зазначили цінність їхнього проекту з позиції моніторингу, особливо для загальних наративів, проте підвищення імовірності на неправильне зчитування повідомлень, за умови зовнішнього аналізу порівняно замкнених соціальних груп.

- Дослідили джерела походження сучасних мемів, де окремо зазначили про роль вигнанців у мемотворенні та сформувавши теорію, що б пропонувала пояснення причин успішності їхньої мемотворчої діяльності (підрозділ 4.6).

В ході аналізу роботи “On the Origins of Memes by Means of Fringe Web Communities”, ми з’ясували, що у джерел більшості мемів знаходяться кластер, який можна охрестити вигнанцями. Тобто ті, хто має (як мінімум по окремим) «ключовим» питанням сучасності, відмінні позиції від визнаних правильними. Це підкріплює розповсюдження на цих платформах расистського гумору, злих жартів, активної промоції дискримінаційних політичних мемів, тощо — тобто всього того, що визнано «не правильним».

Причину такого стану ми розвивали крізь припущення щодо не можливості універсалізації толерантної політкоректності, яка не дозволяє провести не суперечливу етичну межу чи створити одне таємне знання в сучасній культурі за П. Шведом. Ми доповнили даний підхід крізь логіку «занепаду влади» за М. Наїмом, де проаналізували процеси розмивання політики аж до політичного паралічу, який супроводжується включенням лише більшого компонента «емоції».

Аналіз комбінації даних концептів (невизначеність-розмитість та параліч-емоція) призводить до висновку, що мають виникати постійні зіткнення

поглядів в межах тотальної невизначеності. На це має бути активна реакція. Емоційна реакція. Далі ми визнали, що одна з найбільш емоційних реакцій на стан речей характерна для «вигнанців», тобто виключених (добровільно або примусово) з панівної політико-культурної єдності.

Ми додали останній компонент до рівняння — інтернет, який став платформою для об'єднання у відносно захищену спільність. Що, окрім іншого дозволяє створювати «інформаційну бульбашку» для збереження бажаного способу бачення світу й координованого висміювання протилежних позицій.

Наприкінці ми (вкотре) фіксуємо аксіому: «де концентрована емоція — там мему». Як ми зазначали, тут ми працюємо з емоцією вигнанців. Дана «емоція» реалізується через засіб, який дозволяє швидко й насичено передати інформаційне повідомлення у певний культурний момент — мем. Успішність мемів досягається через наріжну емоційність повідомлень в межах таких груп та велику кількість реакцій / переосмислень, які час від часу, успішно поєднують емоцію та форму вираження. Залишається лише компонент випадку, який іноді, виносить у мейнстрим мережевої комунікації успішну комбінацію емоції й форми, що втрачає зв'язок з власним джерелом майже одразу (за логікою постійних змін).

- Опрацювали поняття «постправа» (Лі Макінтайр) та зробити кореляцію даного поняття з логікою мемів, що доповнили роздумами, щодо можливих причин популярності мемів серед сфери політики — бізнесу у призмі постправи (підрозділ 4.7).

Ми опрацювали поняття «постправа» за Лі Макінтайром. Його визначення феномену будувалося навколо підпорядкування правди політичним переконанням. «Правда» у роботі виступала у розумінні фактів дійсності (науки). За такого підпорядкування, правда перетворюється лише на одну з позицій.

Мем може підсилювати феномен постправди, як побічний результат мемоінтеракції. Меми — про емоцію, а не про правду (компонент «правди» не обов'язковий, хоча й може бути присутнім). Бізнес та політики мають прямий вплив на постання феномену постправди, для якого важливим є «правильний» підхід з позиції інтересів бізнесу / політика до окремих проблем, а не науковий.

Складно сказати чи випадково так сталося, що феномен, якому не важлива правда, найширше застосування знаходить у сферах, яким правда не завжди вигідна. Проте вигідна емоція та швидкість поширення, які відкривають простір для поширення впливу та маніпуляцій на цілі соціальні групи. А саме це мем може запропонувати.

- Виявили художній потенціал мема та запропонували підстави та конкретні кейси визнання мема як феномена художнього поля (підрозділ 4.8).

Робочі визначення мистецтва, творення та митця були дані через мозаїку цитації Платона, М. де Мунк та П. Гілена й Ф. Діка. За ними ми розуміли мистецтво як творення буття (життя). Творчість як створення життя. Митець як деміург буття. Мем можна ми розглядали як шаблон, в який кожен мемоТворець вдихає життя, вкладає туди концентровану емоцію культурного моменту.

Потенціал мемів до творення життя ми показали на кейсі «Пухнастого Ісуса», де мем не лише надав нових сенсів зображенню, але й привернув туристів до містечка (оживив), де знаходиться «оригінал» мема.

Ми зазначали, що на сьогодні меми ще не мають остаточного визнання як мистецтво. Проте ми навели приклади виставок, які присвячені мемам, а саме: “The MEME Museum” та бієнале “Memennial 2020: Biennial 4 Meme”. Окрім того, згадали успішні продажі як об'єктів цифрового мистецтва. На підставі зазначеного ми стверджували, що протягом найближчого часу можна очікувати на подальше визнання мемів як важливої складової сучасного художнього поля й на академічному, й на інституційному рівні.

Відповідно до плану роботи, всі завдання дослідження є виконаними. Тому можна вважати нашу дипломну роботу завершеною, проте такою, що має великий потенціал для наступних академічних розвідок у сферах, окремі з яких були окреслені протягом нашої роботи.

### ***СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:***

1. Алексіс Л. Бойлен. Візуальна культура / пер. з англ. Г.Лелів. Київ, ArtHuss, 2021. 208 с.
2. Арабатская Е. Мемы: как они есть и чего в них нет. [Електронний ресурс]/ Е. Арабатская. — Режим доступу: <https://memepedia.ru/memy-kak-oni-est-i-chego-v-nix-net/> (дата звернення 12.03.2020).
3. Арістотель. Поетика / перекл. з старогрецької Б.Тен. Київ: Мистецтво, 1967. — 136 с.
4. Аристофан, в изложении Лукаса Коллинза / пер. с англ. П. Вейнберга; под ред. проф. Н. И. Люгебиля. С.-Петербург: Издание В. Ковалевского, 1876. — 211 с.
5. Бенкет / переклад з давньогрецької і коментарі Уляна Головач; вступна стаття Джованні Реале. Вид. 2-ге, випр. Львів: Видавництво Українського католицького університету 2018. — ІІІ + 220 с.
6. Берджер, Джон. Як ми бачимо / пер. з англ. Ярослава Стріха. — Харків: IST Publishing, 2020. — 176 с.

7. Берд Майкл. 100 ідей, що змінили мистецтво / Пер. з англ. О.Українця та К.Дудки. Київ : ArtHuss, 2019. — 208 с.

8. Вальденфельс Б. Повседневность как плавильный тигль рациональности. СОЦИО-ЛОГОС. - М.: Прогресс, 1991. 480 с. (с. 39-50) [Електронний ресурс] / Б. Вальденфельс. — Режим доступу: <http://filosof.historic.ru/books/item/f00/s00/z0000927/st000.shtml> (дата звернення 15.02.2021)

9. Вахтанг Кебуладзе. Чарунки долі: есеї / Вахтанг Кебуладзе. — Львів: Видавництво Старого Лева, 2017. — 160 с.

10. Вирок від 11 листопада 2020 року. Новотроїцький районний суд Херсонської області. Номер кримінального провадження в ЄРДР: 12020230250000058 [Електронний ресурс]/ — Режим доступу: <https://reyestr.court.gov.ua/Review/92804835> (дата звернення 20.04.2021).

11. Ганс Ульрих Гумбрехт. Продукування присутності. Що значення не може передати [пер. з англ. Іван Іващенко] — Харків: IST Publishing, 2020. — 192 с.

12. Гуменний К. Криptomистецтво — дорога забавка, чи найвища форма концептуальності? [Електронний ресурс]/ К. Гуменний. — Режим доступу: <https://supportyourart.com/stories/kryptomystecztvo-doroga-zabavka-chy-najvyshha-forma-konczeptualnosti/?fbclid=IwAR1LGmpaC3GFGxk8GYUN2uC0UjmPrPHrQExLkVrgCvbzOXTmd3X7faj3N7g> (дата звернення 08.05.2021).

13. Гілен П. Креативність та інші фундаменталізми / Паскаль Гілен; пер. із гол. О. Смерек. — Харків: IST Publishing, 2019. — 112 с.

14. Джвандзи / пер. з кит. Вон Гак. — К.: Сафран, 2019. — 308 с.

15. Джеймисон Ф. Постмодернизм и общество потребления. [Електронний ресурс]/ Ф. Джеймисон — Режим доступу: [http://www.ruthenia.ru/logos/number/2000\\_4/10.htm](http://www.ruthenia.ru/logos/number/2000_4/10.htm) (дата звернення 02.03.2020).

16. Єлизавета Алексіюк. Як меми (не) захищаються авторським правом. [Електронний ресурс]/ — Режим доступу: <https://cedem.org.ua/analytics/memy-avtorske-pravo/> (дата звернення 17.03.2020)

17. Ілюк О. Гордон, порно та кримінал: огляд мемів в українському сегменті телеграма. [Електронний ресурс]/ О. Ілюк. — Режим доступу: <https://detector.media/infospace/article/185295/2021-02-26-gordon-porno-ta-krymina-l-oglyad-memiv-v-ukrainskomu-segmenti-telegrama/> (дата звернення 05.04.2021).

18. Интернет по Мэри Микер: разбор главных онлайн-трендов 2019 года. А. Амзин. [Електронний ресурс]/ — Режим доступу: <https://thebell.io/internet-po-meri-miker-razbor-glavnyh-onlajn-trendov-2019-goda> (дата звернення 20.01.2021).

19. Изобретение повседневности. 1. Искусство делать / фр. Д. Калугина, Н. Мовниной. — Мовниной. — СПб.: Издательство Европейского университета в Санкт-Петербурге, 2013. — 330 с.

20. Книга про причини / пер. з латинської мови Ростислав Паранько, вступна стаття і коментарі Андрій Баумейстер. Львів: Видавництво Українського католицького університету, 2018. — ІІІ+84 с.

21. Колесова Е. Ведь мы этого достойны. Как мемы помогают нам вступать в коммуникацию друг с другом. [Електронний ресурс]/ Е. Колесова — Режим доступу: <https://nplus1.ru/material/2018/01/12/mems-and-communication> (дата звернення 16.07.2020).

22. Колесова Е. Котики и революция. Что такое меметика и почему мемы — это не только смешные картинки из интернета. [Електронний ресурс]/ Е. Колесова — Режим доступу: <https://nplus1.ru/material/2017/10/20/mems-and-culture> (дата звернення 16.07.2020).

23. Конец эры блогеров: крупные бренды уже заменили их на мемы при общении с поколением Z. Клара Минак. [Электронный ресурс]/ — Режим доступа:

[https://www.forbes.ru/biznes/388333-konec-ery-bloggerov-krupnye-brendy-uzhe-zamenili-ih-na-memy-pri-obshchenii-s-pokoleniem](https://www.forbes.ru/biznes/388333-konec-ery-bloggerov-krupnye-brendy-uzhe-zamenili-ih-na-memy-pri-obshchenii-s-pokoleniem-z) (дата звернення 11.12.2020).

24. Кристева Ю. Бахтин, слово, диалог и роман. [Электронный ресурс]/ Ю. Кристева — Режим доступа: [http://russianway.rhga.ru/upload/main/17\\_Kristeva.pdf](http://russianway.rhga.ru/upload/main/17_Kristeva.pdf) (дата звернення 23.03.2020).

25. Кронгауз М. Мемы в интернете: опыт деконструкции. [Электронный ресурс]/ М. Кронгауз — Режим доступа: <https://m.nkj.ru/archive/articles/21327/> (дата звернення 24.03.2020).

26. Лепестки на ветру: Японская классическая поэзия VII-XVI веков в переводах Александра Долинина: стихотворения / сост., пер., ст. и примеч. А. Долинина. — СПб.: Азбука, Азбука-Аттикус, 2020. — 416 с.

27. Лі Макінтайр. Постправда / пер. з англ. Р.Свято. Київ: ArtHuss, 2021. 208 с.

28. Маклюан Г. М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека / Пер. с англ. В. Николаева; Закл. ст. М. Вавилова. - М.; Жуковский: «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле, 2003 . — 464 с.

29. Марліс де Мунк, Паскаль Гілен. Близькість. Мистецтво та освіта після COVID-19 / пер. з англ. Ярослава Стріха. — Харків: IST Publishing, 2020. — 48с.

30. Мойсес Наїм. Занепад влади: Від владних кабінетів до полів битви й церков, а потім і до держави, або чому сьогодні бути при владі означає зовсім інше, ніж колись / Мойсес Наїм; пер. з англ. О.Дем'янчук. — Київ: Форс Україна, 2017. — 448 с.

31. Моль А. Социодинамика культуры: Пер. с фр. / Предисл. Б. В. Бирюкова. Изд. 3-е. — М.: Издательство ЛКИ, 2008. — 416 с.

32. Моль А. Теория информации и эстетическое восприятие. — М., «Мир», 1966. — 352 с.

33. Морі Є. Телебачення Торонто" продало мем з Ярославою Кравченко на NFT-аукціоні. [Електронний ресурс]/ Є. Морі. — Режим доступу: <https://suspilne.media/122988-telebacenna-toronto-prodalo-mem-z-aroslavou-kravcenko-na-nft-aukcioni/> (дата звернення 16.04.2021).

34. Новости. В Барнауле прекратили дело против местного жителя за мемы с патриархом и РПЦ [Електронний ресурс]/ — Режим доступу: [https://tvrain.ru/news/v\\_barnaule\\_prekratili\\_delo\\_protiv\\_mestnogo\\_zhitelja\\_za\\_memy\\_s\\_patriarhom\\_i\\_rpts-478514/](https://tvrain.ru/news/v_barnaule_prekratili_delo_protiv_mestnogo_zhitelja_za_memy_s_patriarhom_i_rpts-478514/) (дата звернення 09.02.2021).

35. Новости. Мотузная отсудила 100 тысяч рублей за преследование из-за мемов. [Електронний ресурс]/ — Режим доступу: <https://www.bbc.com/russian/news-49068355> (дата звернення 09.02.2021).

36. Павлова О. Міра диференціації, спосіб сигніфікації комізму та динаміка його політичних аплікацій. [Електронний ресурс]/ О. Павлова — Режим доступу: [https://cdn.fsbx.com/v/t59.2708-21/75638159\\_1227684197442422\\_1731983082946297856\\_n.pdf/Докса-31.pdf?\\_nc\\_cat=108&\\_nc\\_sid=0cab14&\\_nc\\_ohc=8iKPdLC319IAX-UH0XX&\\_nc\\_ht=cdn.fsbx.com&oh=e7c16e47c332903c127359af42e5c56c&oe=5EBCCSE97&dl=1](https://cdn.fsbx.com/v/t59.2708-21/75638159_1227684197442422_1731983082946297856_n.pdf/Докса-31.pdf?_nc_cat=108&_nc_sid=0cab14&_nc_ohc=8iKPdLC319IAX-UH0XX&_nc_ht=cdn.fsbx.com&oh=e7c16e47c332903c127359af42e5c56c&oe=5EBCCSE97&dl=1) (дата звернення 17.05.2020).

37. Павлова О. Ю., Тормахова А. М. Візульні практики та комунікація : курс лекцій /О.Ю.Павлова, А. М. Тормахова. — К. : ВПЦ "Київський університет", 2017. — 226 с.

38. Павло Швед. «З чого нам дозволено сміятись?» та інші есе / Павло Швед — Київ: Комубук, 2020. — 232 с.

39. Парикка Ю. Юсси Парикка о медиаархеологии, лабораториях и коллекционировании. [Електронний ресурс]/ Ю. Паррика — Режим доступу:

<https://syg.ma/@strelka-institute/issliedovatiel-tsifrovoi-kultury-iussi-parikka-o-mied-iaarkhieologhii-laboratoriiakh-i-kolliieksionirovanii> (дата звернення 25.05.2020).

40. Почему китайские цензоры запретили Винни-Пуха? [Электронный ресурс]/ — Режим доступа: <https://www.bbc.com/russian/news-40619595> (дата звернення 10.03.2021).

41. Публій Овідій Назон. Ліки від кохання / пер. з латини Андрій Содомора. — Львів: Априорі, 2020. — 92 с.

42. Рыбак, или Восставшие из гробов. Лукиан. Сочинения, т. 2. Перевод: Н.П. Баранов. СПб., Алетейя, 2001.

43. Розовский И. «По вашим заявкам»: иллюзия выбора и потеря самоидентичности». [Электронный ресурс]/ И. Розовский — Режим доступа: <https://discours.io/articles/theory/po-vashim-zayavkam-illyuziya-vybora-i-poterya-sa-moidenticnosti> (дата звернення 05.01.2020).

44. Сборник статей. Структурализм: «за» и «против» / Перевод с английского, французского, немецкого, чешского, польского и болгарского языков под редакцией Е. Я. Басина и М. Я. Поляков. — Москва: издательство «Прогресс», 1975. — 469 с.

45. Сміх. Біологія, психіка, культура / Ерік Смарджа; пер. з фр. А. Репа. — Київ: Ніка-Центр; Львів: Видавництво Анетти Антоненко, 2017. — 160 с.

46. Смолякова К. Барнаул: суд отправил в психлечебницу обвиняемого за мемы. [Электронный ресурс]/ К. Смолякова. — Режим доступа: <https://www.sibreal.org/a/29463248.html> (дата звернення 09.02.2021).

47. Страдающее средневековье. Парадоксы христианской иконографии / Сергей Зотов, Михаил Майзульс, Дильшат Харман. — Москва : Издательство АСТ, 2018. — 416 с.

48. Теоґнід. Елегії вигнанця / З давньогрецької переклав Андрій Содомора. — Львів: ЛА «Піраміда», 2012. — 112 с.

49. Філіп К. Дік. Людина у високому замку. / пер. з англ. І.Серебрякової — 2-ге вид., змін. — Київ: Комубук, 2020. — 360 с.

50. Чеботарьов К. Справжні вовки. Як звичайні користувачі Reddit об'єдналися, перемогли хедж-фонди з Уолл-стріт і розбагатіли. [Електронний ресурс]/ К. Чеботарьов — Режим доступу: <https://nv.ua/ukr/techno/it-industry/gamestop-akciji-yak-reddit-peremig-uoll-strit-shc-ho-vidbuvayetsya-50138524.html> (дата звернення 04.02.2021).

51. Чеботарьов К. Уряд Угорщини використав пару з мема "невірний хлопець" для реклами про підтримку багатодітних сімей. [Електронний ресурс]/ К. Чеботарьов. — Режим доступу: <https://nv.ua/ukr/lifestyle/uryad-ugorshchini-vikoristav-paru-z-mema-nevirniy-hlopec-dlya-reklami-pro-pidtrimku-bagatoditnih-simey-50010760.html> (дата звернення 04.02.2021).

52. Шивельбуш В. Смаки раю. Соціальна історія прянощів, збудників та дурманів / Вольфганг Шивельбуш; пер. з нім. Ю. Прохаська. — К.: Ніка-Центр; Львів: Видавництво Анетти Антоненко, 2016. — 256 с.

53. Шор Роберт. Блаґай, кради і позичай. Митці проти ориґінальності/ Пер. з англ. Г.Лелів. Київ: ArtHuss, 2019. — 186 с. Серія UkrainianArtBook

54. Ямпольский М. Литературный канон и теория “сильного” автора. [Електронний ресурс]/ М. Ямпольский — Режим доступу: <https://magazines.gorky.media/inostran/1998/12/literaturnyj-kanon-i-teoriya-silnogo-avtora.html> (дата звернення 18.03.2020).

55. Aleksandra Urman & Stefan Katz (2020): What they do in the shadows: examining the far-right networks on Telegram, Information, Communication & Society, DOI: 10.1080/1369118X.2020.1803946 (дата звернення 08.04.2021).

56. All of Your Favorite Memes Are About to Be Recognized as the Works of Art They Truly Are in the First-Ever Memennial. Brian Boucher. [Електронний ресурс]/ — Режим доступу: <https://news.artnet.com/exhibitions/now-theres-memennial-1922769> (дата звернення 06.01.2021).

57. Baynes C. 'Anti-meme law' could see Mexicans jailed for posting insulting images [Електронний ресурс]/ С. Baynes. — Режим доступу: <https://www.independent.co.uk/news/world/americas/anti-meme-law-mexico-insulting-images-veracruz-a8567041.html> (дата звернення 08.02.2021).

58. Bernie Sanders raises \$1.8 million for charity with inauguration meme-inspired merchandise. Kelly McCleary and Amanda Jackson. [Електронний ресурс]/ — Режим доступу: <https://www.cnn.com/2021/01/27/politics/bernie-sanders-sweatshirt-meme-fundraising-total-trnd/index.html> (дата звернення 14.02.2021).

59. Blakemore E. Why the Library of Congress Thinks Your Favorite Meme Is Worth Preserving. [Електронний ресурс]/ E. Blakemore — Режим доступу: <https://www.smithsonianmag.com/smart-news/library-of-congress-meme-preserve-180963705/> (дата звернення 26.07.2020).

60. Department of Justice. Office of Public Affairs. Social Media Influencer Charged with Election Interference Stemming from Voter Disinformation Campaign [Електронний ресурс]/ — Режим доступу: <https://www.justice.gov/opa/pr/social-media-influencer-charged-election-interference-stemming-voter-disinformation-campaign> (дата звернення 15.04.2021).

61. Elihu Katz, Jay G. Blumler, Michael GuRevitch. Uses and gratifications research. Public Opinion Quarterly, Volume 37, Issue 4, WINTER 1973, Pages 509–523.

62. Freedom on the Net 2020. Freedom House. [Электронный ресурс]/ — Режим доступа: <https://freedomhouse.org/country/china/freedom-net/2020> (дата звернения 05.02.2021).

63. How memes got weaponized: A short history. [Электронный ресурс]/ Joan Donovan. — Режим доступа: (дата звернения 13.04.2021).

64. Internet Users. [Электронный ресурс] — Режим доступа: <https://www.internetlivestats.com/internet-users/> (дата звернения 18.12.2020)

65. Lantagne, Stacey, Famous on the Internet: The Spectrum of Internet Memes and the Legal Challenge of Evolving Methods of Communication (April 1, 2017). Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2944804> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2944804> (дата звернения 20.04.2021).

66. Leszenby L. ‘Life is but a meme’: Humboldt Park Meme Museum is ‘relatable’ in difficult times. [Электронный ресурс]/ L. Leszenby. — Режим доступа: <https://www.chicagotribune.com/entertainment/ct-ent-humboldt-park-meme-museum-0911-20200913-caq26uwamngrdou3cogdialgxe-story.html> (дата звернения 02.05.2021).

67. Living in the Age of Political Memes. Elia Rathore. [Электронный ресурс]/ — Режим доступа: <https://www.google.com/url?sa=t&source=web&cd=1&ved=2ahUKEwjts67b8cTnAhWCp4sKHYY9APwQFjAAegQIBBAB&url=https%3A%2F%2Fwww.nytimes.com%2F2019%2F04%2F23%2Fstyle%2Findia-pakistan-political-memes.html&usg=AOvVaw0ivluUmIBYq3cnJliZmadH> (дата звернения 11.03.2020).

68. Meaning of meme in English. Oxford dictionary. [Электронный ресурс]/ — Режим доступа: <https://www.lexico.com/definition/мем> (дата звернения 03.01.2020).

69. Memes: A Digital Marketing Tool For Every Industry. [Электронный ресурс]/ Karina Тама - Rutigliano. — Режим доступа: <https://www.forbes.com/sites/forbescommunicationscouncil/2018/08/10/memes-a-digital-marketing-tool-for-every-industry/?sh=3a9c66832664> (дата звернения 27.04.2021).

70. Meme warfare: how the power of mass replication has poisoned the US election. Douglas Haddow. [Электронный ресурс]/ — Режим доступа: <https://www.theguardian.com/us-news/2016/nov/04/political-memes-2016-election-hillary-clinton-donald-trump> (дата звернения 14.02.2020).

71. Morris S. Devon officer tells court he shared George Floyd meme for 'cheap laugh'. [Электронный ресурс]/ S. Morris. — Режим доступа: <https://www.theguardian.com/uk-news/2021/mar/19/devon-officer-tells-court-he-shared-george-floyd-meme-for-cheap-laugh> (дата звернения 20.03.2021).

72. 'Overly Attached Girlfriend' Sells NFT Of Her Meme For \$411,000. [Электронный ресурс]/ Adam Downer. — Режим доступа: <https://news.knowyourmeme.com/news/overly-attached-girlfriend-sells-nft-of-her-meme-for-411000> (дата звернения 02.05.2021).

73. Pepe the Frog creator launches campaign to free meme from Donald Trump supporters. Andrew Griffin. [Электронный ресурс]/ — Режим доступа: <https://www.independent.co.uk/news/world/americas/pepe-the-frog-donald-trump-presidential-election-meme-hillary-clinton-tweets-a7366291.html> (дата звернения 17.02.2020).

74. Pepe the Frog. General Hate Symbols. [Электронный ресурс]/ — Режим доступа: <https://www.adl.org/education/references/hate-symbols/pepe-the-frog> (дата звернения 14.04.2021).

75. Sam Jones. How 'Monkey Christ' brought new life to a quiet Spanish town. [Электронный ресурс]/ — Режим доступа: <https://www.theguardian.com/world/2018/dec/28/how-monkey-christ-brought-new-life-to-a-quiet-spanish-town> (дата звернения 19.04.2021).

76. Samuels G. Spain moves to ban 'insulting' memes about politicians from the internet. [Электронный ресурс]/ G. Samuels. — Режим доступа: <https://www.independent.co.uk/news/world/europe/spain-moves-to-ban-insulting-memes-about-politicians-from-the-internet-a7411566.html> (дата звернения 06.03.2021).

77. Social media users pass the 4 billion mark as global adoption soars. Simon Kemp. [Электронный ресурс]/ — Режим доступа: <https://wearesocial.com/blog/2020/10/social-media-users-pass-the-4-billion-mark-as-global-adoption-soars> (дата звернения 27.02.2021).

78. 'Stop f---ing selling!!!' WallStreetBets Redditors go ballistic over GameStop's sinking share price. Anneken Tarpe. [Электронный ресурс]/ — Режим доступа: <https://edition.cnn.com/2021/02/04/investing/gamestop-wallstreetbets-reddit/index.html> (дата звернения 07.02.2021).

79. The Dank Memes That Are “Disrupting” Politics. Hua Hsu. [Электронный ресурс]/ — Режим доступа: <https://www.google.com/url?sa=t&source=web&cd=1&ved=2ahUKEwiCnZqD9cTnAhVnlosKHZvlCM4QFjAAegQIAxAB&url=https%3A%2F%2Fwww.newyorker.com%2Fculture%2Fcultural-comment%2Fthe-dank-memes-that-are-disrupting-politics&usg=AOvVaw3Xc1K4ftzcCxW78aKI9ZmI> (дата звернения 24.01.2020).

80. The guy in the famous 'Bad Luck Brian' meme sold it as crypto-art for \$36,000. [Электронный ресурс]/ Annabelle Williams. — Режим доступа: <https://www.businessinsider.com/bad-luck-brian-meme-nft-crypto-art-blockchain-ethereum-foundation-2021-3> (дата звернения 02.05.2021).

81. The Mainstreaming of Political Memes Online. Nellie Bowles. [Электронный ресурс]/ — Режим доступа: <https://www.nytimes.com/interactive/2018/02/09/technology/political-memes-go-mainstream.html> (дата звернення 02.05.2020).

82. The World Knows Her as ‘Disaster Girl.’ She Just Made \$500,000 Off the Meme [Электронный ресурс]/ Marie Fazio. — Режим доступа: <https://www.nytimes.com/2021/04/29/arts/disaster-girl-meme-nft.html> (дата звернення 02.05.2021).

83. This is where internet memes come from. [Электронный ресурс]/ — Режим доступа: <https://www.technologyreview.com/s/611332/this-is-where-internet-memes-come-from/> (дата звернення 14.02.2020).

84. Turns out selling cat memes is a purr-fect opportunity for entrepreneurs. [Электронный ресурс]/ Gene Marks. — Режим доступа: <https://www.theguardian.com/business/2021/feb/28/nyan-cat-meme-sold-crypto-digital-art> (дата звернення 23.03.2021).

85. Pennsylvania town’s mayor resigns after posting racist Obama memes. [Электронный ресурс]/ J. Carissimo. — Режим доступа: <https://www.independent.co.uk/news/world/americas/mayor-charles-wasko-west-york-resigns-after-racist-facebook-posts-a7368801.html> (дата звернення 29.08.2020).

86. Visualizing the Social Media Universe in 2020. Aram Ali. [Электронный ресурс]/ — Режим доступа: <https://www.visualcapitalist.com/visualizing-the-social-media-universe-in-2020/> (дата звернення 05.03.2021).

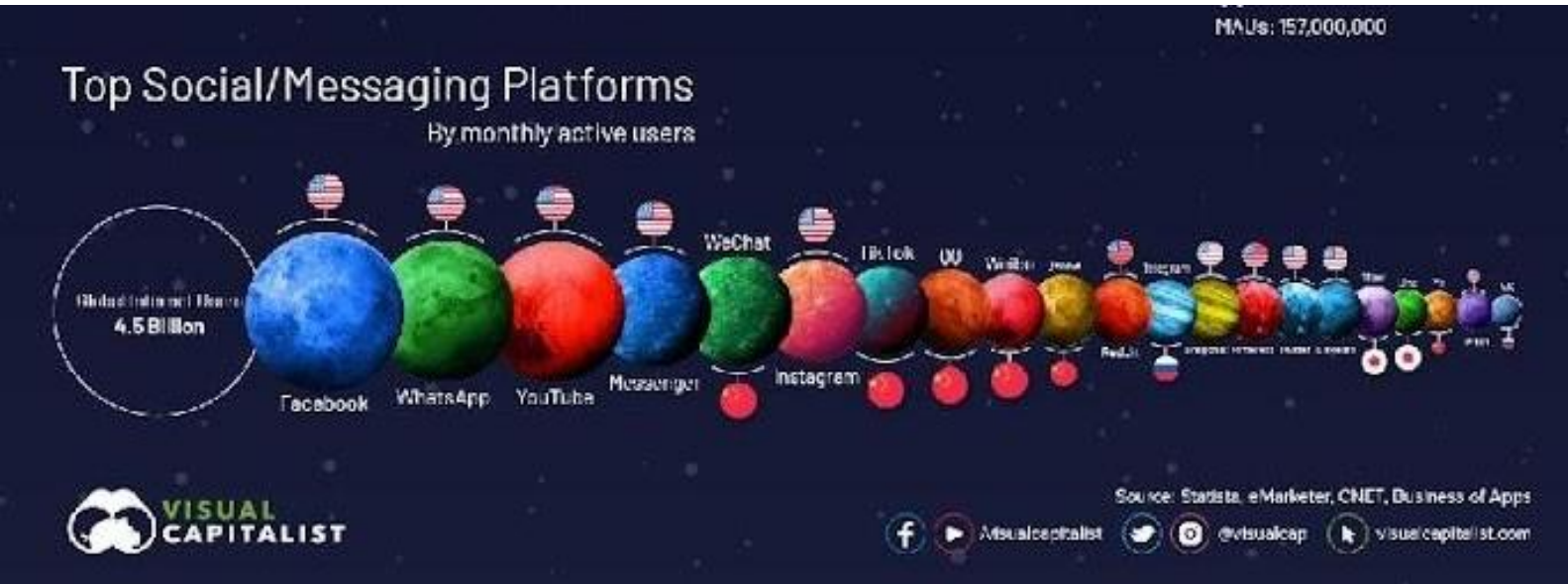
87. Volokh E. Are Douglass Mackey’s Memes Illegal? [Электронный ресурс]/ E. Volokh. — Режим доступа: <https://www.tabletmag.com/sections/news/articles/douglass-mackey-ricky-vaughn-memes-first-amendment> (дата звернення 13.03.2021).



## Додатки

Далі ми наводимо матеріал, який доповнюватиме / ілюструватиме окремі підрозділи нашої роботи. Частина роботи, до якої апелює зображення, буде зазначена в дужках.

### I. Найпопулярніші соціальні мережі (актуальність дослідження)



Джерело: [86].



## II. Приклад виходу мемів в “offline” (згадувалось протягом роботи)

1. Мітинг проти планів щодо призначення С. Шкарлета міністром освіти та науки України. Мем про Януковича та шапки доповнюється новим змістом — імовірним плагіатом (крадіжкою) у наукових роботах С. Шкарлета. Учасники акції між двома актами крадіжки ставлять знак рівності. Джерело фотографії: <https://www.radiosvoboda.org/a/news-rada-shkarlet-mon/30677775.html>

2. Фото з однієї з акцій протесту у Мінську проти самопроголошеного президента Білорусі. Мем зліва: шаблон «Беседы с батюшкой», який використовується прибираючи / додаючи букви. В цьому контексті він застосований в одній з найбільш розповсюджених варіацій, а саме: «Беды с башкой» («Сашка» є апеляцією до Лукашенко). Справа: поєднання мема «Усатый таракан» (апеляція до Лукашенко) з класичним гербом «Пагónя», що втілює протестувальників, які намагаються видворити диктатора з його посади. Джерело фотографії: <https://www.dw.com/ru/sanja-s-dnem-rozhdenija-kak-proshel-tretij-voskresnyj-marsh-v-minske/a-54764298>



101 а. Эрхард Шён. Волинка дьявола, 1530-е гг.

В эпоху религиозного противостояния между протестантами и католиками обе стороны выставляли друг друга как порождения или подручных дьявола. Здесь звероподобный демон не просто что-то нашептывает Лютеру, а играет на нем как на волынке. Лживая проповедь еретиков — музыка Сатаны.



101 б. «Картинки — война русских с немцами» (Петроград, 1915 г.)

На русском пропагандистском лубке времен Первой мировой войны место Лютера заняла голова германского кайзера Вильгельма II («Чертюва волинка, или почему Вильгельм так много говорит»).

### III. Карикатура «Волинка диявола» (підрозділ 1.5)

Джерело: [47, с.100, зображення 101а, 101б].



### IV.

Приклади мемів про

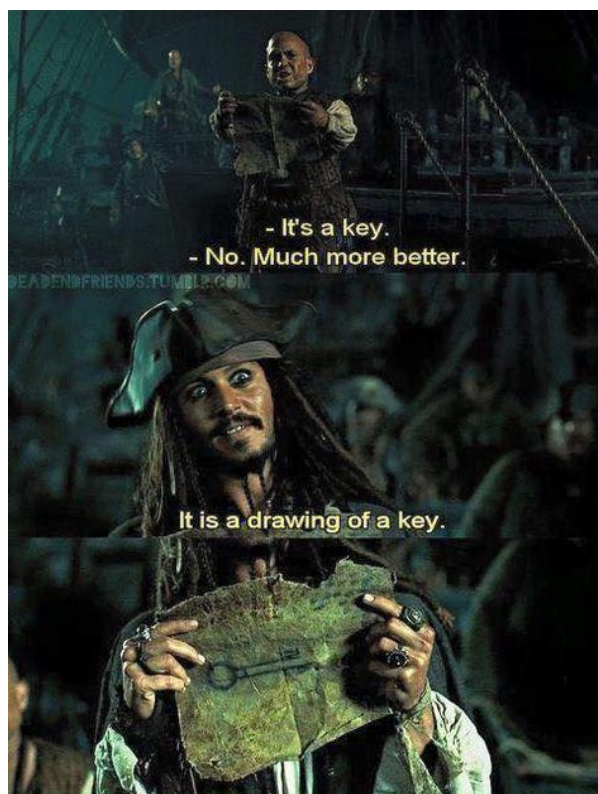
військові злочини з каракалом Гошею (мем “Big Floppa”, підрозділ 1.5)



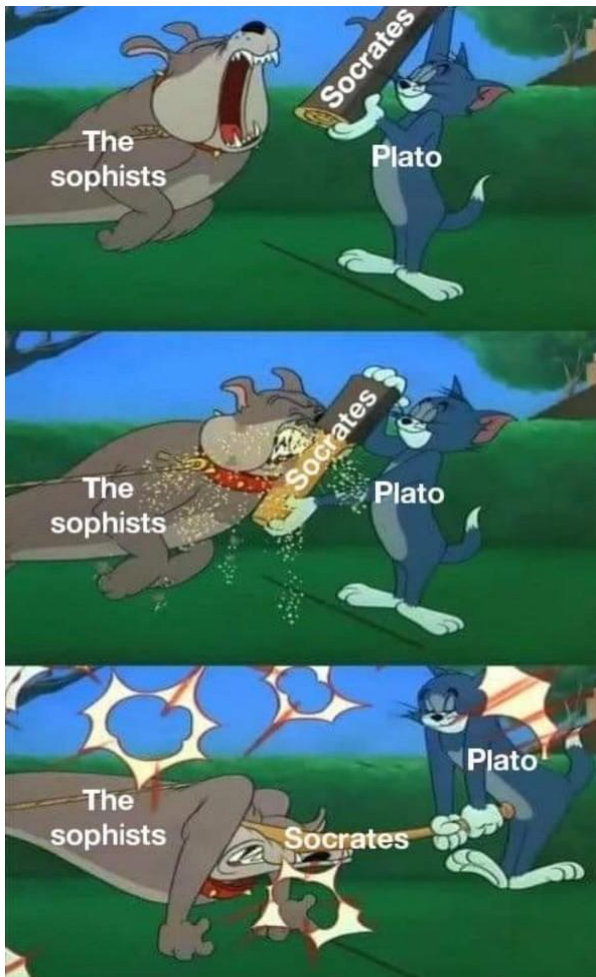


Власники кішки  
намагаються зменшити  
кількість таких мемів, проте  
це не особливо допомагає.

Посилання на інтерв'ю з господарями Гоші:  
<https://tjournal.ru/internet/252405-bolshomu-shlepe-ispolnilos-tri-goda-evolyuciya-p-ostironichnyh-memov-pro-karakala-i-intervyu-s-ego-vladelcami>



V. Кадр з фільму «Пірати Карибського моря: Скриня мерця», що став мемом (на його прикладі ми у підрозділі 2.1 розбирали теорії комунікації)



VI. Приклади використання відкритості  
образів мемів до нових контекстів в логіці візуального (розділ III)

⚠️ TRADE OFFER ⚠️

i receive:  
MONOPOLY  
OF FORCE

you receive:  
SOCIETY



Да ты пойми

Из постмодерна выхода нет

Мы застряли в Спектакле  
посреди симулякров.



**KANT**

**VS**

**BENTHAM**



"A good meme is one produced with good motives and follows a set of maxims that could reasonably be expected to be humorous in all cases"

"A good meme produces the greatest amount of laughs from the greatest number of people regardless of intentions"

1: зчитування повідомлення вимагає знання змісту діалогів Платона про Сократа — порівняння очевидного візуального ряду шаблону з питаннями Сократа до софістів, де кожна відповідь софіста призводила до виявлення його невігластва наприкінці.

2: мем вимагає від читача володінням і загальним шаблоном, і контекстом виникнення. Тобто й перегляд фільму “The Lord of the Rings: The Fellowship of the Ring” (загальний контекст: хто такий Фродо, чому його намагається вбити троль та чому він не вмирає), а також контекстом виникнення в Україні (національний одяг — вишиванка, яка тут ототожнюється з кольчугою, що була виготовлена з мітрила). Автор мема: Вірослав Цюп‘як.

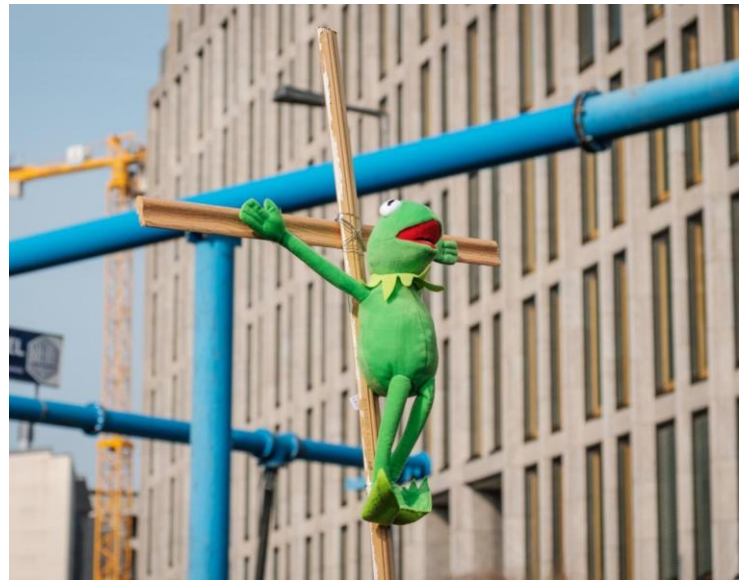
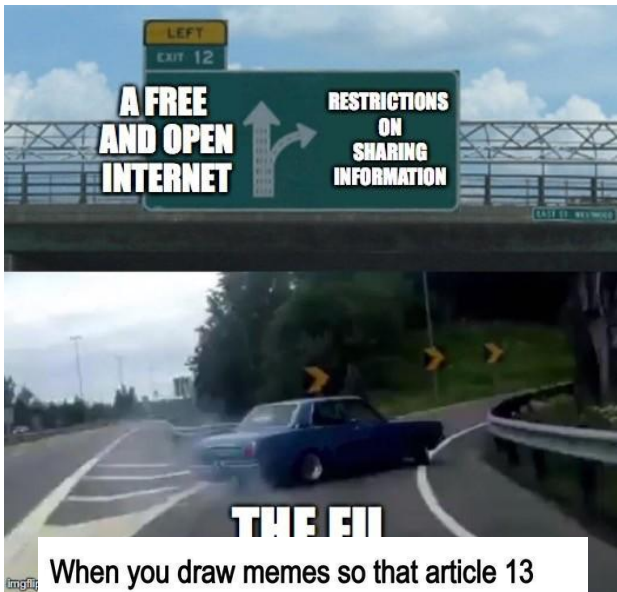
3: мем вимагає знання основних положень з книги «Левіафан» Т. Гоббса та типового шаблону “Trade offer”. Більше про цей шаблон:  
<https://knowyourmeme.com/memes/trade-offer>

4: мем вимагає розуміння загального зрізу дискурсу постмодерна, бажано на рівні Бодріяра (симулякр) та Гі Дебора («суспільство спектаклю»).

5: мем будується навколо питання смаків та для вірного зчитування вимагає: знання шаблону (“Distracted Boyfriend”) + розрізнення згаданих мистецьких напрямків. Більше про цей шаблон:  
<https://knowyourmeme.com/memes/distracted-boyfriend>

6: на прикладі мемотворення даний фрагмент інформації візуалізує відмінності між етичними системами І. Канта та І. Бентама. Побудовано за класичним шаблоном протиставлення.

## VII. Приклади реакції у



Europeans: "Stupid Americans officially lost their net neutrality lol"

EU: "We wanna ban memes"



Європі на "Directive on copyright and related rights in the Digital Single Market" (підрозділ 4.1)

## VIII. Меми-ілюстрації до підрозділу 4.1

1. Мем, що його опублікував Charles Wasko.

Джерело: [85].





2. Один з прикладів мема з порівнянням Вінні-Пуха та Сі Цзіньпіна, через що даний образ був заборонений цензорами у Китаї. Джерело: [40].



3. Приклади мемів з кримінальної справи у РФ проти А. Шашеріна.



4. Приклад мема авторства Douglass Mackey, які розглядаються в межах згаданої нами справи проти нього. Джерело зображення:

<https://www.tabletmag.com/sections/news/articles/douglass-mackey-ricky-vaughn-memes-first-amendment>

## IX. Приклади варіацій “Pepe the Frog” (підрозділ 4.2)

Більше про історію мема від виникнення до «смерті»:

### THE NIB

#### Pepe the Frog: To Sleep, Perchance to Meme

The creator of Pepe draws his alt-right election nightmare

by Matt Furie



<https://knowyourmeme.com/memes/pepe-the-frog>



Х. Мемі, які придбали за 1 544 500 доларів (підрозділ 4.4)



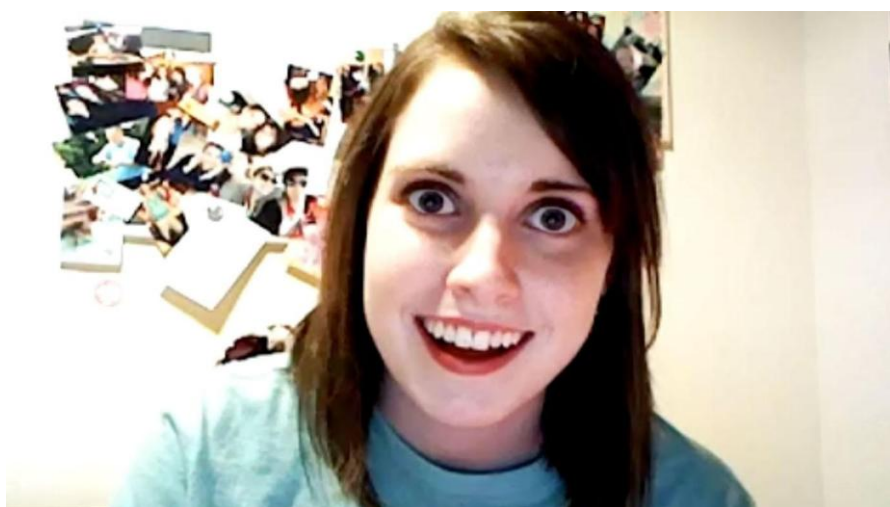
1. Мем “Nyan Cat” — 600 000 доларів.

Джерело: [84].



2. Мем “Disaster Girl” — 495 000 доларів.

Джерело: [82].



3. Мем “Overly Attached Girlfriend” — 411 000 доларів.

Джерело: [72].



4. Мем “Bad Luck Brian” — 36 000 доларів.

Джерело: [80].



5. Мем “Жуй сраку” від Телебачення Торонто — 2500 доларів.

Джерело: [33].

## XII. Ілюстрації до підрозділу 4.8



1. Виставка “The MEME Museum” у Чікаго в межах 6th Dimension Space + Gallery.



Джерело зображення:

<https://blockclubchicago.org/2020/09/08/you-can-take-a-photo-with-the-this-is-fine-dog-at-humboldt-parks-new-meme-museum/>

2. «Пухнастий Ісус» до / після реставрації.

Джерело: [75].