

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КРИВОРІЗЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет географії, туризму та історії

Кафедра соціології та масових комунікацій

«Допущено до захисту»

Реєстраційний № _____

Завідувач кафедри _____ Ірина Грабовець

«___» _____ 20 р.

МЕМ ЯК ЗАСІБ КОМУНІКАЦІЇ В СУЧАСНОМУ МЕДІАПРОСТОРИ

Кваліфікаційна робота

студентки IV курсу групи СМК-20

ступінь вищої освіти «бакалавр»

спеціальності 054 «Соціологія»

Муштій Юлії Віталіївни

Керівник: кандидат соціологічних наук,

старший викладач кафедри соціології та масових
комунікацій

Приходько Олена Олексіївна

Оцінка:

Національна шкала _____

Шкала ECTS ____ Кількість балів _____

Голова ЕК _____

Члени ЕК _____

Кривий Ріг – 2024


ЗАПЕВНЕННЯ

Я, Муштій Юлія Віталіївна розумію і підтримую політику Криворізького державного педагогічного університету з академічної доброчесності. Запевняю, що ця кваліфікаційна робота виконана самостійно, не містить академічного плагіату, фабрикації, фальсифікації. Я не надавала і не одержувала недозволену допомогу під час підготовки цієї роботи. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають покликання на відповідне джерело.

Із чинним Положенням про запобігання та виявлення академічного плагіату в роботах здобувачів вищої освіти Криворізького державного педагогічного університету ознайомена. Чітко усвідомлюю, що в разі виявлення у кваліфікаційній роботі порушення академічної доброчесності робота не допускається до захисту або оцінюється незадовільно.

Юлія Муштій

Підпис 20.05 2024 р.

A rectangular box containing a handwritten signature in blue ink. The signature is stylized and appears to be the initials 'JM' followed by a flourish.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ МЕМІВ ЯК СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ФЕНОМЕНУ.....	6
1.1. Мем як засіб комунікації у сучасному медіа просторі та одиниця соціокультурної взаємодії.....	6
1.2. Особливості мему як одиниці комунікації в українському медіа просторі.....	11
Висновки до першого розділу	17
РОЗДІЛ 2. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ МЕМІЧНОГО КОНТЕНТУ У СУЧАСНОМУ МЕДІАПРОСТОРІ УКРАЇНИ.....	19
2.1. Програма дослідження контент-аналізу мемів в українському медіа просторі	19
2.2. Інтерпретація результатів дослідження мемічного контенту.....	22
2.3. Практичні рекомендації для створення мемів як ефективного інструмента для налагодження зв'язку з аудиторією.....	26
Висновки до другого розділу.....	28
ВИСНОВКИ.....	31
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	34
ДОДАТКИ.....	40

ВСТУП

Актуальність теми. Мова, як засіб спілкування, постійно еволюціонує у пошуку оптимальної форми вираження думок, особливо з урахуванням того, що більшість людей витрачає значний час у соціальних мережах. З розвитком інформаційних технологій ідеї, образи та культурні об'єкти стали частіше виникати і поширюватися через соціальні мережі, такі як блоги, чати, дописи, інтернет-журнали та онлайн-трансляції. Особливої уваги меми набувають під час війни, які у вигляді жартівливих лаконічних емоційних повідомлень є засобом передавання інформації, узагальнюють основний зміст, визначаючи важливість певної теми, тому обрана тема дослідження є актуальною

Стан розробки проблеми. Науковці розглядають інтернет-меми з різних точок зору, включаючи лінгвістичний та культурологічний аспекти. Дослідження цього явища проводили такі вчені, як В.Борисенко, Ж.Денисюк, О.Дзюбіна, Н.Лисюк, Л.Найдьонова, В.Неклесова, І.Мариненко, Т.Пода, О.Чернікова. Так, Т.Пода, визначає мем як «будь-яку ідею, символ, манеру або образ, які свідомо чи несвідомо передаються від людини до людини через міміку, жести, відео, мову та інше» [8, с. 117; 39]. В.Неклесова розглядає меми як сфери культурного знання загального користування, вважаючи їх інструментами соціальної ідентичності. Науковець вбачає, що меми дозволяють передавати складні ідеї шляхом коротких фраз, мелодій чи образів [24;с. 216].

О.Чернікова вважає, що меми в компактній формі можуть передавати інформацію про текстове джерело або цілу культурну/історичну подію, маючи при цьому специфічний тип конотацій, що забезпечує можливість ідентифікації прецедентного феномена адресатом» [39;с. 17].

Таким чином, науковці та медіафахівці розглядають меми як чинники публічного дискурсу та соціальних практик, що сприяє глибшому розумінню особливостей культури та соціальних наслідків колективної комунікації в інтернет-просторі.

Метою дослідження є : проаналізувати мем як засіб комунікації, а також дослідити їх особливості в українському медіапросторі.

Об'єкт дослідження: мем як засіб комунікації у сучасному медіапросторі.

Предмет дослідження: вплив мемів на комунікацію в сучасному медіапросторі, їхнє поширення, взаємодія з аудиторією та відображення суспільних явищ та цінностей.

Досягнення мети зумовило постановку і вирішення наступних **завдань:**

1. Дослідити теоретичні засади дослідження мемів як соціокультурного феномену.
2. Проаналізувати особливості мему як одиниці комунікації в українському медіапросторі .
3. Провести емпіричне дослідження мемічного контенту сучасному медіапросторі України.
4. Розробити практичні рекомендації для створення мемів як ефективного інструмента для налагодження зв'язку з аудиторією.

Методологічну базу дослідження складають загальнонаукові методи аналізу і синтезу, узагальнення першоджерел, а також контент-аналіз, для визначення особливостей мемів в українському медіапросторі.

Наукова новизна дослідження полягає у поглибленні теоретичних знань вивчення мемів як феномена сучасного комунікаційного простору.

Практична реалізація результатів дослідження, яка включає аналіз мемів на різних платформах, таких як соціальні мережі, форуми та інтернет-

спільноти, може бути використана у навчальному процесі під час викладання дисциплін “Соціологія засобів масової інформації”, “Соціологія соціальних змін”, “Соціологія Інтернету”, “Соціологія культури”.

Структура кваліфікаційної роботи. Робота складається зі вступу, двох розділів, висновку, списку використаних джерел та 3 (трьох) додатків. Загальний обсяг роботи 38 сторінок. Список використаної літератури містить 49 найменувань.

Апробація результатів кваліфікаційної роботи відбулася на Міжнародній науково-практичній конференції “Проблеми та інновації професійної і технологічної освіти:реалії, досвід, перспективи” (Україна, м.Чернігів, 21-22 грудня, 2023 р.).

РОЗДІЛ 1.

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ МЕМІВ ЯК СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ФЕНОМЕНУ

1.1. Мем як засіб комунікації у сучасному медіа просторі та одиниця соціокультурної взаємодії

Сучасна людина опинилась в оточенні різноманітних знакових систем, при цьому велике значення у комунікації відводиться невербальній інформації та візуально-вербальним формам її передачі [11]. Зацікавленість креолізованих текстами, які представляють собою специфічну форму комунікації в Інтернеті, робить їх актуальною проблемою для міждисциплінарних досліджень.

Мем визначається в сучасній науці про соціальні комунікації як структурна одиниця значимої соціокультурної інформації, як окрема медіа одиниця [8].

Окрім того, що мем є одиницею комунікації, він являється продуктом соціальної взаємодії індивідів, на який впливають соціокультурні фактори.

Аналіз літературних джерел вказує на міждисциплінарний підхід їх вивчення. Редукціоністський підхід додає аспект інтерпретації мема як інформаційно насиченої одиниці. Семіотичний підхід розглядає мем як міф, який має ідеологічні функції та впливає на громадську думку. Комунікативний підхід розглядає меми як засіб спілкування що проникає у соціальні структури. Лінгвістичний підхід зосереджений на формі мема, розглядаючи його як короткий, стереотипний вислів. Всі ці підходи сприяють розумінню мема як складової сучасного медіа простору та важливого елемента культурної комунікації.

З соціологічної точки зору мем можливо проаналізувати в рамках теорії соціальної взаємодії, символічного інтеракціонізму та культурологічного підходу. Так, соціальна взаємодія є головною особливістю соціального життя. Взаємодіючи між собою, навіть спілкуючись у віртуальному світі, люди передають свої емоції, ставлення, вподобання, життєвий досвід, формуючи тим самим поведінкові реакції інших. Передача інформації відбувається у вигляді коротких змістовних повідомлень, які пояснюють реальність та які легко зрозуміти у певній спільноті. Змістові повідомлення передаються за допомогою символів, знаків та кодів у вигляді мемів, зокрема його компонентів (візуального, текстового або ж комплексного). Таким чином соціальна реальність сприймається індивідами через спільну взаємодію та інтерпретацію символів у вигляді мемів. У більшості випадків мем є продуктом народної творчості, тому мем можна розглядати у культурному контексті. Адже мем являється одиницею культурної інформації, адже він віддзеркалює українську культуру. Таким чином, формуючись у рамках соціальної взаємодії у інформаційному просторі мем є носієм реальних практик повсякденності та життєдіяльності індивідів, результатом сприйняття світу, уподобань, культури та реакцій на зовнішній світ.

Проаналізувавши сучасні словники та енциклопедії можна виокремити такі поняття мемів. У широкому контексті мем розглядається як механізм, який ефективно та концентровано передає і зберігає інформацію. Автори розглядають меми як засіб передачі інформації та вираження культурних концепцій у межах коротких форматів, таких як фрази, мелодії, чи образи.

Аналізуючи дефініції поняття мем, звернемось до словникових статей яка містить обґрунтовані визначення: 1) забавна чи цікава річ (на кшталт підписаного малюнку або відео) або низка речей, котрі широко

розповсюджуються онлайн за допомогою соціальних мереж; 2) якась ідея, думка, стиль, що поширюється поміж людьми у межах однієї культури [48]. Мем, в англійській мові визначається як «тете», розглядається як одиниця культурного сенсу, що передає культурну інформацію з однієї людини на іншу через імітацію та навчання [47;48]. В іншому визначенні, мем, або «мем», є культурною інформацією, яка поширюється від особи до особи, використовуючи імітацію, навчання та інші методи. Це може бути як аудіовізуальний матеріал, так і текст, що піддається трансформації, іноді залишаючи лише основний концепт. Сучасна дефініція поняття «мем» була запропонована дослідником П. Девідсоном в есе «Мова Інтернет-мемів» у 2009 році. Науковець визначає інтернет-мем як «культурний зразок, зазвичай жарт, який набирає популярність через поширення в Інтернеті» [12]. За І.Бугаєвою, мем не має жорсткої композиції зі зображенням, слоганом та поясненням, але вербальний та візуальний компоненти всі ж утворюють єдине інформаційне, смислове та функціональне ціле [8]. Л.Шифман описує інтернет-меми як «цифрові одиниці, які об'єднуються згідно з такими характеристиками, як зміст, форма та/або позиція, створені умовами взаємодії та поширювані, копійовані та модифіковані безліччю користувачів Інтернету» [11].

Чітко визначеної класифікації мемів не існує, але традиційно виокремлюють меми за формами, за тематикою. Проте, проаналізувавши літературу, можна виділити такі їх різновиди : за фактором засобу передачі інформації виділяють вербальні та невербальні меми. В свою чергу вербальні меми поділяються за сферою використання: релігійні, розмовні, інтернет-меми, кіномеми, літературні, військові тощо. За структурним критерієм серед вербальних мемів виокремлюють влучні слова, вирази, словосполучення фразеологічні звороти, речення. Однак , така класифікація є досить умовною

адже меми мають здатність «переходити» з однієї групи в іншу, наприклад інтернет-мемами часто стають кіномеми чи літературні, дотепні вислови з комп'ютерних ігор.

Інтернет-меми, за класифікацією О.Голікова та А.Калашнікової, переважно мають розважальний характер, але водночас містять смислові компоненти, які можливо розкодувати лише при наявності в реципієнта відповідних фонових знань та власного досвіду [12; 8].

Деякі меми не перекладаються, їх можна назвати локальними, тобто вони мають сенс лише на конкретній території. До таких мемів можна віднести політичні меми, наприклад, «візитка Яроша», «йолка», «I will make America great again», «у мене є мрія». Чимало з локальних мемів ігнорують всі граматики і правопису наприклад, «афтар», «креатифф», деякі з них нерозривно пов'язані з фотожабами, наприклад «горизонт завалений», «Почекун», який завойовує місце, найпопулярнішого мему у рейтингу, а деякі дотепники вже навіть почали «домальовувати» його на відомих картинах [18].

Розглянемо основні характеристики мемів:

- вірусність, або здатність мемів швидко поширюватися та отримувати широкий тираж серед інтернет-користувачів;
- емоційність. тобто меми мають властивість передавати та викликати емоції. Зазвичай вони спричиняють радість, захоплення чи здивування, але також існують меми, які викликають сум і розчарування;
- серійність, адже інтернет-меми можуть утворювати ряди схожих одиниць, об'єднаних загальною ідеєю чи тематикою і маючи схожий дизайн, ця можливість виступає важливою рисою, оскільки вона відображає повторюваність і масовість;
- мінімалізм форми: інтернет-меми мають мінімалістичну форму, але при

цьому є самодостатнім знаком, який не завжди несе глибокий зміст;

- актуальність: інтернет-меми виявляють актуальність, оскільки вони відповідають конкретному соціальному та культурному контексту;

- гумористичний спрямованість інтернет-мема виступає ключовим аспектом і пояснюється його функціональною приналежністю до жанру доступного мережевого гумору. Важливо зауважити, що існують інтернет-меми без гумористичного компонента, які апелюють до емоцій, таких як смуток, туга чи ностальгія. Ця різноманітність відображає складність та неоднозначність природи інтернет-мемів [12]. Визначення мема як одиниці культурної інформації, здатної до самокопіювання та поширення серед членів групи, також виявляється продуктивним [30].

Основні характеристики Інтернет-мему також включають анонімність автора, множинність реципієнтів, Інтер текстуальність та креолізованість, що полягає у з'єднанні вербальних та невербальних елементів у візуальну та смислову єдність [24].

Складова Інтернет-мему може включати у себе фотографії, малюнки, діаграми чи скріншоти з фільмів. Меми можуть бути представлені текстами з частковою або повною креолізацією. У першому випадку вербальний та невербальний компоненти мають відношення, що передбачають автономність та смислову незалежність словесної складової від зображення. Інтернет-меми з повною креолізацією відзначаються відносинами між компонентами, де вербальна частина не розглядається окремо без візуальної, яка може бути основним елементом креолізованого тексту.

Поєднання візуального та вербального планів у межах одного мему призводить до комічного осмислення певного явища, сприяє досягненню комічного ефекту та здійсненню переоцінки цього явища чи ситуації в свідомості реципієнта. Ментальна обробка комічної інформації передбачає

інтерпретацію, що означає, що комічне є когнітивним явищем, враховуючи протиріччя між об'єктом опису та його позначенням, необхідність використання фонових знань реципієнтом для декодування комічної інформації, що виникає як результат роботи людського мозку [4].

Як зазначає Нау J. меми мають прагматичну спрямованість (інтенцію): розважальну, комунікативну, творчу та саморегулятивну [49]. Ми погоджуємося з дослідником, адже саме в цьому полягає їх функціональне призначення. Проте в умовах сьогодення воно дещо змінилося, більш детально це проаналізуємо у наступному підрозділі.

Інтернет-мем виступає як засіб передачі інформації в мережевій комунікації, де візуальна та вербальна складова сприймаються як єдина інформаційна, структурна та смислова єдність. Поєднання вербальної та візуальної частин у мемі призводить до комічного осмислення конкретного явища, що сприяє досягненню комічного ефекту. Створення таких креолізованих текстів сприяє реалізації креативності, визначенню ціннісних орієнтирів та розвитку інтелектуального потенціалу особистості.

Узагальнивши вищесказане, пропонуємо авторське визначення мему. Отже, під мемом слід розуміти самостійну медіа одиницю різних форматів, яка є результатом соціальної взаємодії та актуальною складовою сучасної культури, самовідтворення якої відбувається через поширення у віртуальному середовищі.

1.2. Особливості мему як одиниці комунікації в українському медіапросторі.

В українському медіапросторі мем став новою одиницею вираження

інформації, особливо яка дозволяє подавати інформацію лаконічно та концентровано. Меми можуть видозмінюватися, комбінуватися між собою та розділятися, щоб сформувати нові одиниці. Український медіапростір використовує меми не тільки як інструмент комунікації, створюючи унікальний лінгвістичний феномен, а й слугує вираженням ідей, емоцій та настроїв сучасного українського суспільства [13;20].

Можна виокремити *ключові особливості* мему як одиниці комунікації в українському медіапросторі. Так, під час війни змінилося *функціональна спрямованість* мемів. Адже, окрім розважальної та інформативної функцій меми в українських реаліях допомагають справитися з емоціями, тривогою, переживаннями та підтримати бойовий дух. Таким чином, стала актуальна захисна, підтримуюча, психологічна та практична функції. Таким чином, окрім повідомлення новини чи певної інформації, меми допомагають справитися з переживаннями та негативними емоціями. деякі меми закликають по певних дій (волонтерство, допомоги ЗСУ тощо) [32;37].

Основним *завданням* мемів у медіапросторі України є зробити ворога менш загрозливим, висміяти його, одночасно зробити захисників сильними, а народ України здатним перемогти.

Меми у сучасному медіапросторі є ефективним та потужним *інструментом* інформаційної війни та боротьби з російською пропагандою. Донедавна меми можна було зустріти в неофіційному спілкуванні в соціальних мережах, то зараз меми (переважно текстові) зустрічаються на офіційних сторінках державних інформаційних ресурсів. На сьогоднішній день меми стають інформаційною, ментальною зброєю українського суспільства [27].

До повномасштабного вторгнення найпопулярніші теми в українському медіапросторі стосувалися освіти, спорту, суспільства,

економічних питань. Наразі змінилася тематика мемів. Найпопулярніші меми стосуються перемог Збройних Сил України та поразки з боку ворога, міжнародних відносин, дій політичних діячів, місцевих географічних особливостей, характеру та ментальності українського народу та ментальності ворога [41].

Проаналізувавши джерела, ми дійшли висновку, що українські меми під час війни можна поділити на кілька категорій: військові, політичні, культурні, побутові. В свою чергу їх можливо поділити на підкатегорії. Так, військові теми можуть відображати патріотизм населення, життя на війні, зброя, волонтерство тощо. Політичні меми можуть бути представлені діями політиків на міжнародній арені, а також їх особистим життям. Дуже популярні стали так звані хейтерські меми, які містять відверту ненависть до певних політиків. Культурні меми можуть бути представлені релігійною тематикою, життям відомих осіб, досягненнями у спорті, мистецтві тощо. Побутові меми здебільшого показують життя українців, їх поведінку під час повітряних тривог, відсутність світла, ціни, локальні події, їх ментальність, висміюють недолуге життя ворога. Використання зображення тварин у мемах, також заслуговує на увагу. Саме під час російсько-української війни прославився пес - сапер на ім'я Патрон, а також котики у військовій формі (Додаток А) [19;9; 5;36].

Окремої уваги в українському медіапросторі заслуговують текстові меми, зокрема *лексика, мова написання, стилістичні прийоми та використання лексем*. Також все частіше ми зустрічаємо ненормативну лексику, відхилення від орфографічних норм, які вже стали традиційними та загальноприйнятими. Написання слів таким чином може виникати з метою створення інтернет-мемів, використовуючи метафоричні перенесення, адаптацію лексем англійської мови, аббревіації, каламбурні підстановки та

інші прийоми. Зауважується і стилістичний прийом в інтернет-мовленні, спрямований на досягнення експресивно-комічного ефекту за допомогою намірено помилкового написання слів. Наприклад, російські вислови «аффттар», «пеши исчо», «аффттар жжот», «зачоД», «ржунімагу», без будь-яких змін використовуються в україномовних блогах і чатах, стаючи невід’ємною частиною інтернет-спілкування. З’явилися фрази та словосполучення кліше, які характеризують стратегію ворога «іхтамнет», “можемпавторіть”, “КРИМНАШ” тощо [33;17].

До того ж україномовний сегмент Інтернету, все більше використовує пи українські аналоги російських інтернет-мемів. Наприклад, «Гламурненко» стає «Файнесенко», «Зочем ви травите?» перетворюється на «Нащо ви цькуєте?», “Не хачу уезжать із Крима, здесь так по-дамашнему”. Ці українські варіанти відображають адаптацію мемів до лінгвістичного контексту та культурного сприйняття, висміюючи ворога. В процесі перекладу використовується механізм асоціативного мислення, що породжує різноманітні асоціації та метафори, надаючи тексту емоційно-гумористичний відтінок. [18;32].

Є. Бровко класифікує інтернет-меми воєнної тематики за комунікативною функцією. На її думку, за часів війни українці використовують меми переважно з такими функціями: висміювання й деморалізація ворога; підтримка морального духу «своїх»; ідеалізація особистості [5].

Як зазначає Л.Карамушка, при стресових умовах існування людина застосовує копінг-стратегії, які сприяють виживанню та збереженню психологічного здоров’я. Фахівчиня аналізує копінг-поведінки населення, об’єднаних у три стилі. Перший стиль – продуктивне подолання, яке спрямоване на розв’язання проблеми. Сюди відносять такі 4 копінг-стратегії:

фокусування на розв'язанні проблеми (систематичне обдумування проблеми з урахуванням інших точок зору); наполеглива робота, добросовісне ставлення до навчання (роботи) і високі досягнення; фокусування на позитиві (оптимістичний погляд на речі, нагадування собі про те, що є люди, які перебувають у гіршому становищі підтримка бадьорості духу); активний відпочинок (заняття фізкультурою і спортом). Другий стиль – проміжний – орієнтований на отримання соціальної підтримки. Включає 6 копінг-стратегій: пошук соціальної підтримки (прагнення поділитися своєю проблемою з іншими, заручитися підтримкою, схваленням); спілкування з близькими друзями і набуття нових друзів; прагнення належати (інтерес до того, що думають про тебе інші, і дії, спрямовані на отримання схвалення); суспільні дії (пошук підтримки шляхом організації групових дій для розв'язання проблем); звернення по професійну допомогу; пошуки духовної опори, молитви про допомогу, читання духовної літератури. Третій стиль – непродуктивний – не сприяє розв'язанню проблеми. Такий стиль представлений 8 копінг-стратегіями; неспокій (тривога за майбутнє загалом і своє майбутнє особливо); надія на диво (сподівання на краще, на те, що все саме по собі налагодиться; розпач (відмова від яких-небудь дій з усунення проблеми, хворобливі стани); розрядка (покращення самопочуття за рахунок «випускання пари»; виміщення своїх невдач на інших, сльози, крик, алкоголь, сигарети, наркотики); ігнорування проблеми (свідоме блокування проблеми); самозвинувачення (суворе ставлення до себе, відчуття відповідальності за проблему); занурення в себе (замкнутість, приховування від інших своїх проблем); прагнення відволіктися, відпочити (відволікання від проблеми, використання таких способів, як читання книг, перегляд телепередач, розваги) [13].

Більшість мемів в українському медіапросторі є представленням

народної творчості, а не результатом державної комунікаційної та пропагандистської роботи. Здебільшого вони були створенні стихійно, без державного впливу чи впливу посадовців. Їх автори – українські графічні дизайнери, художники, журналісти, стендапери, звичайні користувачі соцмереж, що виклали допис (картинку чи відео), який сподобався аудиторії. [5,с. 45-57; 13 с. 89-104].

Віднесення конкретного мему до певної категорії є дуже суб'єктивним.

Так, з часів повномасштабного вторгнення розпочинає крилатий вислів «Рускій военний корабль, іди на***», який з'явився 24 лютого. Його сказав один із захисників острова Зміїний у відповідь на вимогу російських військових здатися. Варто зазначити, що фраза народилася одразу в перші години російського вторгнення, тобто в період найбільшої небезпеки для українського народу [32]. Також героєм мемів став Президент України, який спочатку відображався у позитивних мемах, проте все дедалі можна зустріти меми із сатирою або навіть чорним гумором, що пов'язано із змінами емоційного стану населення та в першу чергу із втратою довіри.

Варто також звернути увагу на домінують кольорову гаму ілюстрованих мемів — це кольори українського державного прапора.

Меми в українському медіапросторі часто використовують фонетичні асоціації, графічні елементи та власну термінологію, що дозволяє їм стати унікальним виразом культурного коду та незламності українського народу перед ворогом.

Підсумовуючи, слід зазначити, що мем в українському медіапросторі виступає особливою одиницею комунікації, визначаючись своєрідними особливостями. Він є не лише засобом передачі інформації, але й потужним інструментом для вираження емоцій, створення гумористичного ефекту та взаємодії в онлайн-спільнотах, засобом підтримки та зняття напруги.

Висновки до першого розділу

Дослідження мемів як соціокультурного феномену ґрунтується на ряді теоретичних засад, які визначають їхню сутність та вплив на сучасне суспільство.

У широкому контексті мем розглянуто як механізм, який ефективно та концентровано передає і зберігає інформацію. Медіадослідники та науковці розглядають меми як засіб передачі інформації та вираження культурних концепцій у межах коротких форматів, таких як фрази, мелодії чи образи.

Розглянуто основні характеристики мемів, зокрема їх вірусність, емоційність, серійність, мінімалізм форми, актуальність та гумористична спрямованість.

Редукціоністський підхід додає аспект інтерпретації мема як інформаційно насиченої одиниці. Семіотичний підхід розглядає мем як міф, який має ідеологічні функції та впливає на громадську думку. Комунікативний підхід розглядає меми як засіб спілкування що проникає у соціальні структури. Лінгвістичний підхід зосереджений на формі мема, розглядаючи його як короткий, стереотипний вислів. Всі ці підходи сприяють розумінню мема як складової сучасного медіа простору та важливого елемента культурної комунікації. З соціологічної точки зору мем проаналізовано в рамках теорії соціальної взаємодії, символічного інтераціоналізму та культурологічного підходу. Так, мем є продуктом соціальної взаємодії, який у вигляді окремої медіа одиниці за допомогою символів передається у певному культурному середовищі, з урахуванням норм, цінностей і традицій.

Запропоноване авторське визначення мему як самостійної медіа одиниці

різних форматів, яка є результатом соціальної взаємодії та актуальною складовою сучасної культури, самовідтворення якої відбувається через поширення у віртуальному середовищі.

Проаналізовано особливості мему як одиниці комунікації в українському медіа просторі. Зазначено, що під час війни змінилося функціональна спрямованість мемів. Так, окрім розважальної та інформативної функцій меми в українських реаліях стала актуальна захисна, підтримуюча, психологічна та практична функції. Меми у сучасному медіа просторі є ефективним та потужним інструментом інформаційної війни та боротьби з російською пропагандою, а основним завданням мемів - зробити ворога менш загрозливим. Українські меми під час війни можна поділити на кілька категорій: військові, політичні, культурні, побутові. До того ж змінилася лексика, мова написання, стилістичні прийоми та використання лексем. Розглянуто копінг-стратегії, які сприяють виживанню та збереженню психологічного здоров'я населення.

Теоретичний аналіз мемів свідчить, що меми не лише відображають сучасні тенденції, але й активно формують культурний контекст та відображають настрої населення. Мем в українському медіа просторі виступає особливою одиницею комунікації, визначаючись своєрідними особливостями. Він є не лише засобом передачі інформації, але й потужним інструментом для вираження емоцій, створення гумористичного ефекту та взаємодії в онлайн-спільнотах.

Меми стають не лише засобом комунікації, але й ключовим елементом сучасної соціокультурної динаміки.

Отже, висновки з теоретичних засад дослідження мемів свідчать про їхню значущість у сучасному медіа просторі та потребують подальшого емпіричного дослідження.

РОЗДІЛ 2.

ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ МЕМІЧНОГО КОНТЕНТУ У СУЧАСНОМУ МЕДІАПРОСТОРИ УКРАЇНИ

2.1. Програма дослідження контент-аналізу мемів в українському медіапросторі.

Задля емпіричного дослідження мемічного контенту ми обрали контент-аналіз як самостійний якісно-кількісним метод, який дасть змогу дослідити найбільш популярні меми серед українців за формальними та змістовими категоріями.

Мета дослідження-дослідити методом контент аналізу жанрову та тематичну типологію мемів в соціальних мережах в умовах війни .

Об'єкт дослідження -меми в соціальних мережах.

Предмет дослідження- жанри та тематичні види мемів в умовах війни.

Завдання дослідження – охарактеризувати мемічний контент під час війни та проаналізувати жанрову і тематичну типологію українських мемів. Вибірка становила 15 випадкових мемів, джерелом яких послуговували українські соцмережі. Меми обиралися за допомогою добірки найрозповсюдженіших мемів з інтернет джерел.

Метод дослідження - контент-аналіз мемів, як самостійних медіа одиниць задля систематичного і кількісного опису їх змісту.

Для аналізу було розроблено систему категорій – формальні та змістові коди. До формальних категорій мемів віднесено наступні коди:

- тип мему (текстовий, візуалізований , креолізований.);
- рівні комунікації (безпосередня, опосередкована);
- тематичне спрямування (військові, політичні,культурні, побутові).

Серед змістових (неформальних) кодів були виокремлені:

- лексика (лексика з субкодами; нормативна лексика; ненормативна лексика);
- гумористична спрямованість (гумор , сатира , чорний гумор).

Період вибірки: лютий- квітень 2024р..

Логічний аналіз понять .

Мем - це явище культурного обміну, яке полягає в поширенні гумористичного образу або ідеї, концепції ,через інтернет, соціальні мережі та інші канали [12].

Текстові інтернет-меми (вербальні) – це слова, словосполучення або речення, що стали надзвичайно популярними в Інтернеті.

Ілюстративні інтернет-меми (невербальні) представлені зображеннями реальних людей, казкових персонажів, кіногероїв, тварин тощо [11].

Креолізовані інтернет-меми (комплексні) утворюються шляхом інтеграції ілюстративної та текстової частин. Найбільш численна і популярна група мережевих мемів, оскільки вона поєднує емоційні та інформативні можливості.

Відеомеми виникають і розвиваються як за рахунок професійної зйомки (кліпи, фрагменти кінофільмів і телепередач.

Безособовий мем-це інтернет-мем , у якому не згадується конкретна особа чи подія,а ситуації або події подаються узагальнено,що дозволяє великій кількості людей асоціювати його з власним досвідом.

Ситуативний мем- виникає у відповідь на конкретну ситуацію чи подію, часто з актуальним контентом або новинами [5].

Персоналізований мем - це інтернет-мем, який створений з урахуванням особливостей, уподобань або досвіду конкретної особи чи

вужької групи людей. Такий мем може включати згадки про особисті події, внутрішні жарти або специфічні інтереси, роблячи його зрозумілим і смішним лише для певного кола людей.

Безпосередній рівень комунікації - це форма спілкування, при якій учасники взаємодіють один з одним безпосередньо, без посередників і технологічних засобів. Це може включати вербальну (усну) комунікацію, невербальні сигнали (жести, міміка, тілесні рухи) та паравербальні елементи (тон голосу, інтонація).

Опосередкований рівень комунікації-це форма спілкування, при якій взаємодія між учасниками відбувається через посередників або за допомогою технологічних засобів.

Формальний критерій контент аналізу - метод систематичного дослідження змісту текстів, зображень або інших комунікаційних продуктів, який передбачає використання чітко визначених і структурованих правил для кодування та інтерпретації даних. Формальний критерій зосереджується на кількісних аспектах, таких як частота появи певних слів, фраз або тем, а також на структурних характеристиках контенту [41].

Неформальний критерій контент аналізу - це метод дослідження змісту текстів, зображень або інших комунікаційних продуктів, який зосереджується на якісних аспектах і інтерпретації змісту. Неформальний контент-аналіз дозволяє дослідникам виявляти приховані значення, метафори, культурні та соціальні контексти, що не завжди піддаються кількісному вимірюванню [12].

Наведемо приклади тематичних груп мемів, які найчастіше зустрічаються у соціальних мережах, та розкриємо їх зміст та проаналізуємо їх за допомогою контент аналізу.

2.2. Інтерпретація результатів дослідження мемічного контенту

Під час дослідження мемічного контенту за допомогою контент-аналізу проаналізовано 15 медіа одиниць.

Розглянемо детальніше проаналізовані меми.

1. Назва мему (Свята Джавеліна). Мем на якому зображена Божа Матір яка тримає у руках переносний протитанковий ракетний комплекс FGM-148 «Javelin», який українці використовують для зупинки російської агресії. Ілюстративний інтернет-меми із зображенням біблійного персонажу, який захищає Україну. Тематика мему : культурна та військова.

2. Назва мему (Басуся та город). На мемі зображений танк , який заїхав на грядку до бабусі, вона говорить: куди преш, москалю?! Я тут вже грядку скопала! Комплексний мем, який утворюється шляхом інтеграції ілюстративної та текстової частин, зокрема лексикою з субкодом, який зрозуміють тільки українці. Бабуся- безособовий персонаж, який уособлює зразок поведінки багатьох українських жінок під час городніх робіт. Мем змішаного тематичного спрямування, адже у ньому прослідковується як побутова тематика так і воєнна.

3. Назва мему (Путін помер). На цьому мемі зображений президент України Зеленський, який робить селфі на фоні президента росії , який начебто помер та лежить у труні. Політичний, візуалізований мем, спрямований на висміювання ворога, та найскоріше бажання українців. В мемі використаний чорний юмор.

4. Назва мему (Рижий кіт). На мемі зображення kota у якого дивний вираз обличчя, з ним часто роблять смішні написи . Візуалізований, гумористичний мем , на побутову тематику ,

5. Назва мему (Чорнобаївка). На мемі зображений дорожній знак на якому напис «Чорнобаївка» на три різні напрямки, це місце українці прозвали пеклом для загарбників. Безособовий, військовий мем, який містить лексику з субкодами, які розуміють тільки українці.

6 Назва мему (Гуси). На цьому мемі зображене миле каченя з дивним виразом обличчя. Гумористичний, безособовий мем, який несе розважальний контент. Безособовий мем на побутову тематику, який має лише розважальний контент.

7. Назва мему (Вибух на Кримському мосту). На мемі зображення з відомої серії фантиків із жувальної гумки «Love is...» з зображенням палаючого мосту та з написом Кохання це...разом дивитися, як горить міст. Текстовий, креолізований мем з ситуативною візуалізацією на військову тематику, який несе за собою гумористичний ефект. Ситуативний, текстовий мем, на військову тематику, який має сатиричний ефект.

8. Назва мему (Пес Патрон). На цьому мемі зображений пес на ім'я Патрон, який працює з саперами, находячи міни. Візуалізований мем на військову тематику, на якому зображено пса Патрона,

9. Назва мему (Сучасний Тарас Шевченко) На мемі зображений Тарас Шевченко зі зброєю в руках на фоні війни та українського прапору. Ілюстративний інтернет-мем, на військову тематику, який зображує сучасного Тараса Шевченка з сучасною зброєю.

10. Назва мему (Залужний). На цьому мемі зображений головнокомандуючий ЗСУ Залужний, якого українці прозвали «залізний генерал», після того з'явилися смішні цитування про нього та цього силу. Політичний, візуалізований мем, спрямований на підтримання бойового духу українців.

11. Назва мему (Анджеліна Джолі у Львові). На цьому мемі зображений

хлопчик , який сидить в метрі від Анджеліни Джолі , але через те що він дивиться в телефон переглядаючи щось в навушниках , навіть не помітив світову знаменитість прямо біля себе. Ситуативний , візуалізований мем, з гумористичним ефектом .

12. Назва мему (Вообще не хочу уезжать из Крима) . На цьому мемі зображена росіянка у машині , яка крізь сльози розповідає , що не хоче їхати з Криму, адже жила там «як у дома». Ситуативний, текстовий мем , який має субкоди , які розуміють тільки українці.

13. Назва мему (Тракторні війська) Мем на якому зображено український трактор , який вкрав техніку окупантів, на Херсонщині. Ілюстрація показує нам ситуативний, безособовий мем , побутового характеру , який несе нам гумористичний ефект .

14. Назва мему (Доброго вечора, ми з України) мем на якому зображений напис, який став вірусним завдяки голові Миколаївської облдержадміністрації Віталію Кіму. Ситуативний, текстовий, політичний мем з гумористичним характером, який має субкод, які розуміють тільки українці.

15. Назва мему «Русській военний корабль, іді на...». Мем на якому зображено російський корабель який асоціюється з негативом або обуренням яким виражає чоловік, показуючи середній палець у його напрямку. Ілюстрація показує ситуативний мем з субкодами , військової тематики , який показує негатив українців до цього корабля (Додаток Б).

Контент аналіз представлений у додатку В.

Серед мемів переважна частина складала візуальні (ілюстративні) мему- 8, комплексні мему або креолізовані мему- 6 одиниць, текстових - 1. Так як добірка мемів відбувалася випадково із найбільш популярних мемів, які зазначені у мережах, можна зробити висновок, що візуалізовані мему є

найбільш популярними.

За тематичним спрямуванням розподіл виявився наступним: найбільша кількість мемів була змішаної тематики культурно-воєнного характеру (3), воєнно-політичного (1од.), воєнно-побутового (1од.), політично-культурного (1од.). Серед розглянутих мемів побутового характеру (4 од.), воєнного характеру (3од.), політичного характеру (1од.), культурного характеру (1од.) змішаного характеру, зокрема з використанням ненормативної лексики - 1 мем, використанням лексики з субкодом 9 медіа одиниць.

Репрезентація окремих образів розподілились наступним чином: безособові образи - 7 одиниць, образи тварин- 3; політичних діячів - 2; жіночі образи- 1; використання видатних постатей - 1; відомих осіб -1; біблійних образів 1 одиниця.

Враховуючи функціональну спрямованість мемів, серед змістових (неформальних категорій) ми виокремили гумористичну спрямованість. Так, з гумористичним ефектом проаналізовано 7 мемів, із сатиричним ефектом - 2 меми, чорний гумор присутній у одному мемі. Нейтральний ефект на нашу думку мали 5 мемів. Опосередкованої комунікації -7 мемів, безпосередньої комунікації-3 мемів.

Аналіз мемів за формальними та змістовими категоріями виявив, що найчастіше в соцмережах трапляються меми воєнного спрямування, що містять вербальну складову українською мовою на безпосередньому рівні комунікації або з текстом у вигляді вставки, більша частина цих мемів містить субкоди . Аналіз лексичного рівня мемів про українсько-російську війну показав, що мала частина з них містила ненормативну лексику. Більшість мемів є розважальними та менша частина мемів є сатиричного характеру , але ще трапляються з чорним гумором.

Контент- аналіз показав, що меми у своїй більшості передають образ

українців та ворога. Так, вони направлені на висміювання й деморалізацію ворога, підтримку емоційного стану українців, показують ставлення до дій політиків тощо.

Таким чином, інтерпретація результатів дослідження мемічного контенту дозволила визначити ключові тенденції та особливості формування мемів у відповідь на події в Україні. Аналіз показав, що меми активно використовуються для вираження громадянської позиції, коментування політичних подій та підсилення національного образу.

2.3. Практичні рекомендації для створення мемів як ефективного інструмента для налагодження зв'язку з аудиторією.

Створення мемів – це ефективний спосіб комунікації з аудиторією. У ході дослідження ми розробили низку практичних рекомендацій, дотримання яких, під час створення мемів, можуть слугувати більш ефективній взаємодії з аудиторією [5].

Перш, ніж створювати мем, необхідно *розуміння аудиторії*, тобто її вивчення, розуміння інтересів цільової аудиторії, гумористичний смак та особливості, а також необхідно враховувати актуальні події і теми, які цікавлять аудиторію [8].

Слід враховувати, що меми все ж таки налаштовані на підтримання настрою, тому створюйте меми з *гумором* та позитивним забарвленням. Уникайте контенту, який може образити або подразнити вашу аудиторію[19].

У сучасному світі важко здивувати аудиторію, адже інформаційний простір є досить перенасичений інформацією. Тому, важливо бути *креативними та оригінальними*. Уникайте стандартних шаблонів та шукайте

неочікувані підходи до створення мемів.

Якщо ви використовуєте меми для бізнесу чи особистого бренду, дбайте про відображення вашого стилю та цінностей [24].

Актуальність мемів, тобто таких, які відображають актуальні події, тренди чи теми дозволить взаємодіяти з аудиторією в реальному часі [37].

Використовуйте *мову* та меми, які зрозумілі вашій аудиторії. Адаптуйтеся до їхнього способу сприйняття гумору.

Підтримка взаємодії та обговорення може виявитися ефективним інструментом для формування спільноти [9].

Слід також звернути увагу на використання та поєднання різних елементів. Так, використання візуальних елементів сприяє візуалізації та ефективній комунікації з аудиторією. Візуальні елементи, які легко усвідомлюються та запам'ятовуються, а також яскраві картинки та фотографії можуть зробити меми більш привабливими.

Проведення тестування та аналізу мемів, аналіз відгуків та коментарів необхідне для визначення їхньої ефективності та вдосконаленню контенту у подальшому [20].

Враховуйте правила використання візуального контенту та уникайте порушення авторських прав.

Проаналізувавши та ситезувавши поради експертів та фахівців, ми виокремили їх поради для подальшого перспективного розвитку інтернет-мемів у межах медіа-простору України. Так, фахівці радять підвищити технічну та творчу сторону питання для розробки більшої видовищності; розроблювати унікальні власні меми, враховуючи формат телепередач та аналіз аудиторії; формат мемів повинен бути максимально докладним і відпрацьованим; секрет успішного формату – правда: справжні емоції у глядача, які викликать довіру. До того ж сприятливе середовище для

формування нових мемів та перспективності їх розвитку у медіа-просторі України формують комп'ютерні технології. Так, фахівці стверджують, що наявність сайтів і додатків з шаблонами для створення мемів, які спрощують і роблять процес розробки швидше, а комп'ютерні програми, що дозволяють вбудовувати мем в будь-який інший візуальний контент, створюючи тим самим новий продукт. Наявність сайтів та форумів, які пояснюють значення мемів, розповідають їх історію, а також формують мем-рейтинг [20;37;29;11].

Висновки до другого розділу

Під час дослідження мемічного контенту за допомогою контент-аналізу проаналізовано 15 медіа одиниць. Для аналізу було розроблено систему категорій – формальні та змістові коди. До формальних категорій мемів віднесено наступні коди: тип мему (текстовий, візуалізований , креолізований.); рівні комунікації (безпосередня, опосередкована); тематичне спрямування (військові, політичні,культурні, побутові). Серед змістових (неформальних) кодів були виокремлені: лексика (лексика з субкодами; нормативна лексика; ненормативна лексика); гумористична спрямованість (гумор , сатира , чорний гумор).

Серед мемів переважна частина складала візуальні (ілюстративні) меми- 8, комплексні меми або креолізовані меми- 6 одиниць, текстових - 1 одиниця. Так як добірка мемів відбувалася випадково із найбільш популярних мемів, які зазначені у мережах, можна зробити висновок, що візуалізовані меми є найбільш популярними.

За тематичним спрямуванням розподіл виявився наступним: найбільша кількість мемів була змішаної тематики культурно-воєнного характеру (3), воєнно-політичного (1од.), воєнно-побутового (1од.), політично-культурного (1од.). Серед розглянутих мемів побутового характеру (4 од.), воєнного

характеру (3од.), політичного характеру (1од.), культурного характеру (1од.), змішаного характеру, зокрема з використанням ненормативної лексики - 1 мем, використанням лексики з субкодом 9 медіа одиниць.

Репрезентація окремих образів розподілились наступним чином: безособові образи - 7 одиниць, образи тварин - 3; політичних діячів - 2; жіночі образи- 1; використання видатних постатей - 1; відомих осіб -1; біблійних образів 1 одиниця. Опосередкованої комунікації -7 мемів, безпосередньої комунікації-3 мемів.

Програма дослідження включала контент-аналіз мемів, що цілеспрямовано аналізували за допомогою формальних та неформальних категорій їхню структуру, тематику, рівні комунікації, емоційну змістовність, лексику та гумористичну спрямованість.

Дослідження українського мемовтворства дозволяють зробити висновків щодо жанрової і тематичної типології, хронологічної прив'язки появи мемів до значимих соціальних і політичних подій, популярності окремих мемів.

Інтерпретація результатів дослідження мемічного контенту дозволила визначити ключові тенденції та особливості формування мемів у відповідь на події в Україні. Змінилася функціональна спрямованість мемів. Так, окрім розважальної та інформативної функцій меми в українських реаліях стала актуальна захисна, підтримуюча, психологічна та практична функції. Меми у сучасному медіапросторі є ефективним та потужним інструментом інформаційної війни та боротьби з російською пропагандою, а основним завданням мемів - зробити ворога менш загрозливим, висміяти його, одночасно зробити захисників сильними, а народ України здатним перемогти.

Висновки з емпіричного дослідження вказують на важливість мемів як засобу комунікації в сучасному медіапросторі. Зокрема, їхній вплив на

формування громадянської свідомості та активної участі в соціальних подіях виявився значущим.

На основі отриманих результатів розроблено практичні рекомендації для ефективного створення мемів як інструменту для покращення комунікації з аудиторією. Ці рекомендації враховують не лише технічні аспекти створення мемів, а й стратегічний підхід до їхнього використання для досягнення конкретних комунікативних цілей.

ВИСНОВКИ

Мем в українському медіапросторі виступає особливою одиницею комунікації, визначаючись своєрідними особливостями. Він є не лише засобом передачі інформації, але й потужним інструментом для вираження емоцій, створення гумористичного ефекту та взаємодії в онлайн-спільнотах.

Дослідження мемів як соціокультурного феномену ґрунтується на ряді теоретичних засад, які визначають їхню сутність та вплив на сучасне суспільство. Зокрема, аналізується роль мемів у вираженні культурних особливостей, спільних цінностей та комунікації в інтернет-просторі.

Вивчення стану дослідження обраної теми та аналіз українських і зарубіжних літературних джерел показав, що меми перебувають у фокусі уваги дослідників та мають багатоаспектність. Як соціокультурний феномен меми розглядаються з точки зору різних підходів. Редукціоністський підхід додає аспект інтерпретації мема як інформаційно насиченої одиниці. Семіотичний підхід розглядає мем як міф, який має ідеологічні функції та впливає на громадську думку. Комунікативний підхід розглядає меми як засіб спілкування що проникає у соціальні структури. Лінгвістичний підхід зосереджений на формі мема. Всі ці підходи сприяють розумінню мема як складової сучасного медіа простору та важливого елемента культурної комунікації. З соціологічної точки зору мем можливо проаналізувати в рамках теорії соціальної взаємодії, символічного інтеракціонізму та культурологічного підходу. Так, взаємодіючи між собою, навіть спілкуючись у віртуальному світі, люди передають свої емоції, ставлення, вподобання, життєвий досвід у вигляді коротких змістовних повідомлень за допомогою символів. Таким чином, формуючись у рамках соціальної взаємодії у інформаційному просторі мем є носієм реальних практик

повсякденності та життєдіяльності індивідів, результатом сприйняття світу, уподобань, культури та реакцій на зовнішній світ.

У роботі обґрунтовано, що меми не лише відображають сучасні тенденції, але й активно формують культурний контекст. Вони є важливим інструментом для вираження емоцій, комунікації та створення гумористичного ефекту.

У широкому контексті мем розглянуто як механізм, який ефективно та концентровано передає і зберігає інформацію. Медіадослідники та науковці розглядають меми як засіб передачі інформації та вираження культурних концепцій у межах коротких форматів, таких як фрази, мелодії чи образи.

Розглянуто основні характеристики мемів, зокрема їх вірусність, емоційність, серійність, мінімалізм форми, актуальність та гумористична спрямованість.

У роботі проведено емпіричне дослідження мемічного контенту в сучасному медіа просторі України. Програма дослідження включала контент-аналіз мемів, що цілеспрямовано аналізував їхню структуру, тематику та реакції аудиторії. Під час дослідження мемічного контенту за допомогою контент-аналізу проаналізовано 15 медіа одиниць. Для аналізу було розроблено систему категорій – формальні та змістові коди. До формальних категорій мемів віднесено наступні коди: тип мему (текстовий, візуалізований , креолізований.); рівні комунікації (безпосередня, опосередкована); тематичне спрямування (військові, політичні, культурні, побутові). Серед змістових (неформальних) кодів були виокремлені: лексика (лексика з субкодами; нормативна лексика; ненормативна лексика); гумористична спрямованість (гумор , сатира , чорний гумор). Серед мемів переважна частина складала візуальні (ілюстративні) меми- 8, комплексні меми або креолізовані меми- 6 одиниць, текстових - 1 одиниця. Так як

добірка мемів відбувалася випадково із найбільш популярних мемів, які зазначені у мережах, можна зробити висновок, що візуалізовані меми є найбільш популярними. За тематичним спрямуванням: найбільша кількість мемів була змішаної тематики культурно-воєнного характеру (3), воєнно-політичного (1од.), воєнно-побутового (1од.), політично-культурного (1од.). Серед розглянутих мемів побутового характеру (4 од.), воєнного характеру (3од.), політичного характеру (1од.), культурного характеру (1од.). Репрезентація окремих образів розподілились наступним чином: безособові образи - 7 одиниць, образи тварин - 3; політичних діячів - 2; жіночі образи - 1; використання видатних постатей - 1; відомих осіб -1; біблійних образів 1 одиниця. Опосередкованої комунікації -7 мемів, безпосередньої комунікації - 3 мемів.

Дослідження українських мемів дозволяє зробити висновків щодо жанрової і тематичної типології, хронологічної прив'язки появи мемів до значимих соціальних і політичних подій, популярності окремих мемів.

Висновки з емпіричного дослідження вказують на важливість мемів як засобу комунікації в сучасному медіа просторі. Зокрема, їхній вплив на формування громадянської свідомості та активної участі в соціальних подіях виявився значущим.

На основі отриманих результатів розроблено практичні рекомендації для ефективного створення мемів як інструменту для покращення комунікації з аудиторією. Ці рекомендації враховують не лише технічні аспекти створення мемів, а й стратегічний підхід до їхнього використання для досягнення конкретних комунікативних цілей.

Таким чином мета кваліфікаційної роботи досягнута, змістовність мемів як самостійних медіа одиниць та соціокультурного феномену доведена, завдання роботи виконано.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Алієва О., Жукова М. Деякі міркування щодо процесу формування техносфери.2016.URL:<https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/124158.pdf>.
2. Анджеліна Джолі в Україні . Топ-7 мемів про візит акторки до Львову . URL:<https://images.app.goo.gl/WCyjTDkfxFY72ZfF8>
3. Батьку наш Залужний ! Як українці співають про залізного генерала та роблять меми, (фото відео) . URL:<https://war.telegraf.com.ua/ukr/kultura/2024-01-29/5830949-batku-nash-zaluzhniy-yak-ukrainsi-spivayut-pro-zaliznogo-general-a-ta-roblyat-memi-foto-video> 1
4. Бойовий кіт Шайбусик: волонтер та герой. (фото) . URL:<https://mig.com.ua/ru/boevoj-kot-shajbusyk-volonter-y-heroj-liubovnyk-foto>
5. Бровко, Є. Меметика у війні: як меми стають зброєю. Press Association UA. URL:<https://pressassociation.org.ua/ua/>
6. Головні меми 2022 року-підбірка мемів. URL:<https://susplne.media/culture/348110-dobrogo-vecora-everybody-cej-den-nastav-mi-pidgotuvali-pidbirku-golovnih-memiv-2022-roku/>
7. Дослідження: 56 % українців вважають, що можуть відрізнити замовні матеріали в ЗМІ. URL:<https://detector.media/infospace/article/140807/2018-09-06-doslidzhennya-56-ukrainsiv-vvazhayut-shcho-mozhut-vidrizniti-zamovni-materiali-v-zmi>
8. Денисюк Ж. 3. Постфольклор інтернет-комунікації в аксіологічному

- вимірі. Київ: НАКККіМ, 2017. 384 с.
9. Денисюк Ж.З. Інтернет-меми як засіб комунікації. Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв № 2'2017. С.29-35.
 10. День народження Тараса Шевченка : пророчі цитати Кобзаря про Україну .URL:<https://images.app.goo.gl/jQjmD3jeKXQJpbJN6>
 11. Дзюбіна О.І. Класифікація, структура та функціонування інтернет-мемів в соціальних мережах twitter та facebook «Молодий вчений» №2. (29). Лютий, 2016. С.375-379.
 12. Жулінська М. Інтернет-меми як одиниці інформації у кіберпросторі. Актуальні питання іноземної філології. 2016. № 2. С. 66–71.
 13. Карамушка Л. М., Снігур Ю. С. Копінг-стратегії: сутність, підходи до класифікації, значення для психологічного здоров'я особистості та організації. 2020, Актуальні проблеми психології. Том 1. Організаційна психологія. Економічна психологія. Соціальна психологія. 55, 23–30.
 14. Меми з Путіним . Як українці привітали диктатора з днем народження. URL:<http://surl.li/tttgp>
 15. Меми про Кримський міст : сміємося та не здаємося ! URL:<https://thegard.city/articles/242337/memi-pro-krimskij-mist>
 16. Меми року: жарти, які допомагали триматися • Ukraïner URL: https://www.youtube.com/watch?v=H2wF_LUgsWI.
 17. Милі каченята, та гусенята фото, інстаграм (duckexplore). URL:<https://www.instagram.com/p/C58nz5SPb8S/?igsh=ZDRiMn15cnlwZ3Fw> .
 18. Михайлин І.Л. Основи журналістики. Центр навчальної літератури, 2019, 496 с.

- 19.Окул І. І. Інтернет-мем як культурний феномен. Життя і пам'ять: науковий збірник, присвячений пам'яті В'ячеслава Івановича Шамко / відп. ідж. В. М. Букач. Вип. 3. Одеса : Homeless Publishing, 2018. С. 133-148.
- 20.. Оленіна О.Ю., Пічугіна Ю.О. Інтернет-меми українського походження в практиці сучасного суспільства. Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв № 3'2018, С.77- 81 57
- 21.Перелік інтернет-мемів URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/>
- 22.Писаренко Л.М. Висвітлення теми пандемії коронавірусу COVID19 В Одеських ЗМІ 2020.
URL: <http://dspace.onua.edu.ua/bitstream/handle/11300/13120> .
- 23.Підбірка нових українських мемів .
URL: <https://images.app.goo.gl/dB2C9i8odMvewz6>.
- 24.Пода Т.А. Інтернет-меми як феномен інформаційного суспільства. Вісник НАУ. Серія: Філософія. Культурологія. 2017. № 1 (25). С.117-120.
- 25.Правила світу інформації: як українським медіа наблизитися до європейських стандартів: посіб. Для журналістів / Л. Опришко, А. Сафаров, О. Чуранова. Київ : Рада Європи, 2019. 107 с.
- 26.Прімбс Ш. Соціальні медіа для журналістів. Редакційна робота з Facebook, Twitter & Co / загал. ідж. В.Ф. Іванова, Пер. з нім. В. Климченко К. : Академія української преси, Центр вільної преси, 2018. 198 с
- 27.Романюк Н. Видавнича справа та редагування: навч. іджи. Київ: МОН України, КНУ імені Т. Шевченка, ін-т.журналістики, 2016. 186 с.
- 28.Російська фірма запатентувала інтернет-мем (ржунимагу) . URL:

<https://podrobnosti.ua/815162-rossijskaja-firma-zapatentovala-internet-mem-rzhunimagu.html>

- 29.Рязанов, А. С. (2019). Мем як комунікативна одиниця: синхронія та діахронія поняття. Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Соціальні комунікації», (14), 9-13.
URL.:<https://periodicals.karazin.ua/sc/article/view/14971>
- 30.Рязанов, А. С. (2019). Меми в українській інтернет-журналістиці. Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Соціальні комунікації», (13), 76-81.
URL.:<https://periodicals.karazin.ua/sc/article/view/15005>.
- 31.Садловська О. Явище мемів та особливості їх перекладу
URL.:<https://nniif.org.ua/File/17ossymt.pdf>.
- 32.Скажи паляниця. 15 мемів, що з'явилися у час великої війни .
URL.:<https://ms.detector.media/trendi/post/31240/2023-02-23-skazhy-palyanytsya>.
- 33.Смішні меми про рижого кота , який щуриться фото .
URL.:<https://memi.klev.club/o-skripte/940-ryzhij-kot-schuritsja.html>
- 34.Спільнота «Файні меми про українську літературу»
URL.:https://vk.com/ukrlit_memes.2 .
- 35.Тимошенко О. В., Коцюбівська К. І. COVID–19 як каталізатор прискорення . The 3rd International scientific and practical conference. Priority directions of science and technology development|| (November 22-24, 2020) SPC–Sci-conf.com.ua. Kyiv, Ukraine. 2020. P. 1362–1366.
- 36.Фронтівий кіт Шайба допоміг врятувати Мартина .
URL.:<https://wz.lviv.ua/news/509112-frontovyi-kit-shaiba-dopomih-vriatuvaty-martyna> .
- 37.Чеканов В. Створення мемокомплексів як стратагема інформаційних

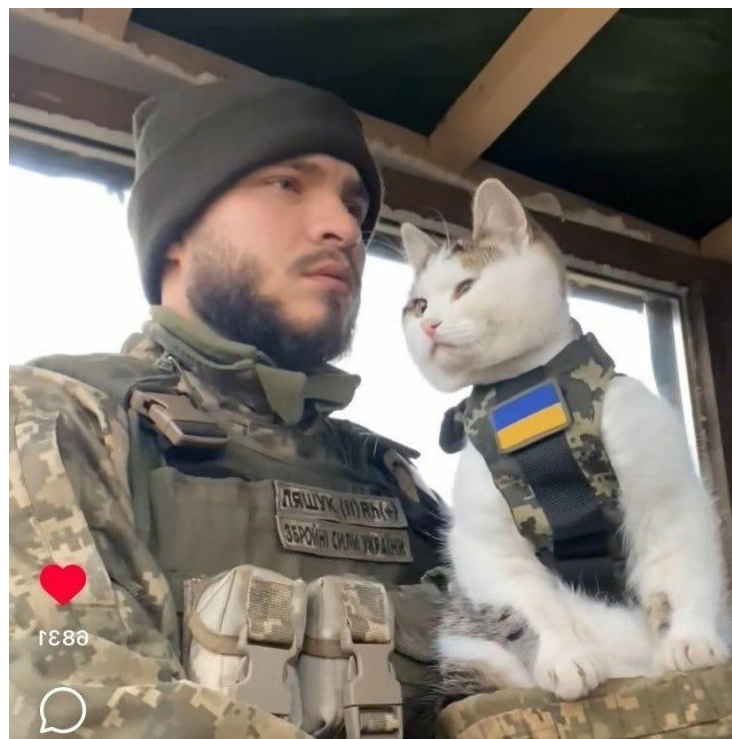
- війн новітнього часу. Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: історичні науки. Том 28 (67) №2. 2017, С.30-34.
38. Чернікова О.І. Вербальний мем: лінгвістичний аспект / О.І. Чернікова. Наук. записки Національного університету “Острозька академія”. Серія “Філологічна”: [зб. Наук. пр.]. Острог: Вид-во Національного ун-ту “Острозька академія”, 2015. Вип. 51. С. 354–356.
39. Чернікова О.І. Вербальний, невербальний та комплексний мем: класифікація за способом подання та сприйняття інформації в інтернет середовищі (на матеріалі англомовних кіно-мемів) Вісник КНЛУ. Серія Філологія. Том 18. № 1. 2017. С.151-156.
40. Яненко Я. Особливості репрезентації пандемії COVID–19 в українських інтернет ЗМІ. Образ: науковий фаховий журнал. Суми ; Київ, 2020. Вип. 2 (34). С. 15–23.
41. Яцимірська М. Візуальні тексти в соціальних мережах (рефлексії, концепти, емоції). Вісник Львівського університету. Серія Журналістика, 2018, Вип. 40. С. 342-350.
42. Brodie R. Virus of the Mind: The New Science of the Meme. [URL.: https://media.evolveconsciousness.org/books/consciousness/Virus-of-theMind-The-New-Science-of-the-Meme-Richard-Brodie.pdf](https://media.evolveconsciousness.org/books/consciousness/Virus-of-theMind-The-New-Science-of-the-Meme-Richard-Brodie.pdf).
43. Chick G. The units of culture [URL.: http://www.Personal.psu.edu/gec7/Units.pdf](http://www.Personal.psu.edu/gec7/Units.pdf)
44. Csordás T., Horváth D., Mitev A., Markos-Kujbus E. Communication in Digital age. User-Generated Internet Memes as Advertising Vehicles: Visual Narratives as Special Consumer Information Sources and Consumer Tribe Integrators. 2017. 59
URL.: <https://www.degruyter.com/downloadpdf/books/9783110416794/9783>

[1104 16794-014/9783110416794-014.pdf](#).

45. He, S., Zheng, X., Zeng, D. A model-free scheme for meme ranking in social media. *Decision Support Systems*. 2016. URL: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0167923615001967>.
46. Internet meme database: website, 2007-2020. URL: <https://knowyourmeme.com> .
47. Merriam Webster Dictionary. Access mode: URL: <https://www.merriam-webster.com>
48. Urban Dictionary URL: <http://www.urbandictionary.com> .
49. Hay J. The pragmatics of humor support. *HUMOR: International Journal of Humor Research*. 2001. 14 (1). P. 55–82.

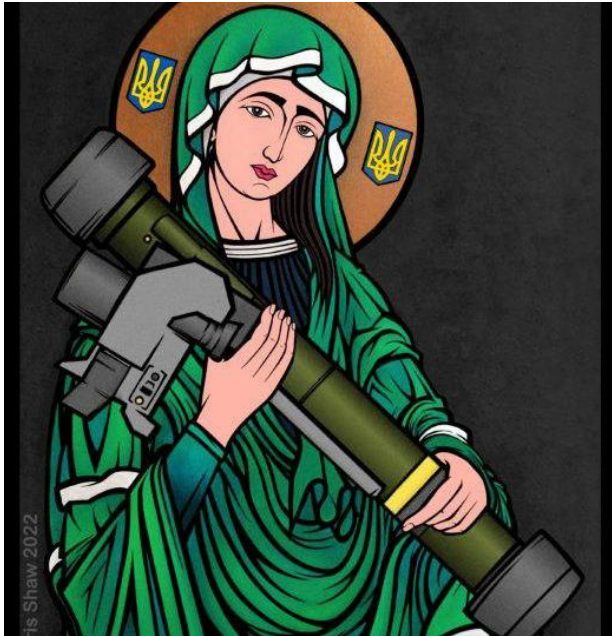
ДОДАТКИ

Додаток А



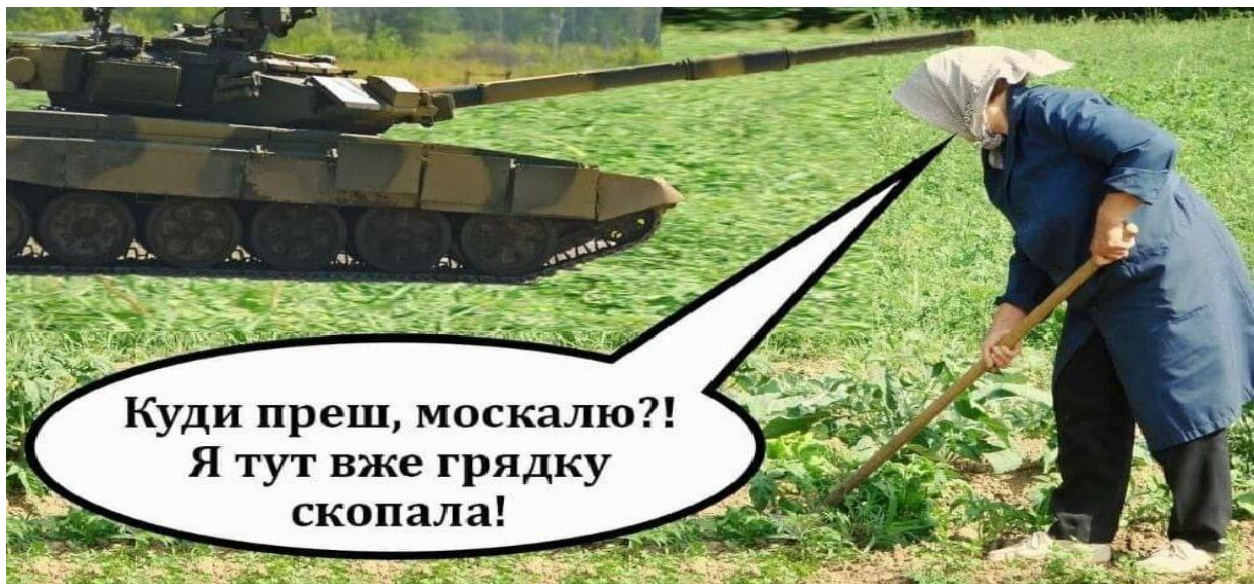
Мемі для дослідження

№1.



https://www.youtube.com/watch?v=H2wF_LUgsWI

№2.



<https://images.app.goo.gl/dB2C9i8odMvewz6>

№3.



<http://surl.li/tttgp>

№4.



<https://memi.klev.club/o-skripte/940-ryzhij-kot-schuritsja.html>

№5.



<https://www.instagram.com/p/C58nz5SPb8S/?igsh=ZDRiMnl5cnlwZ3Fw>

№6.



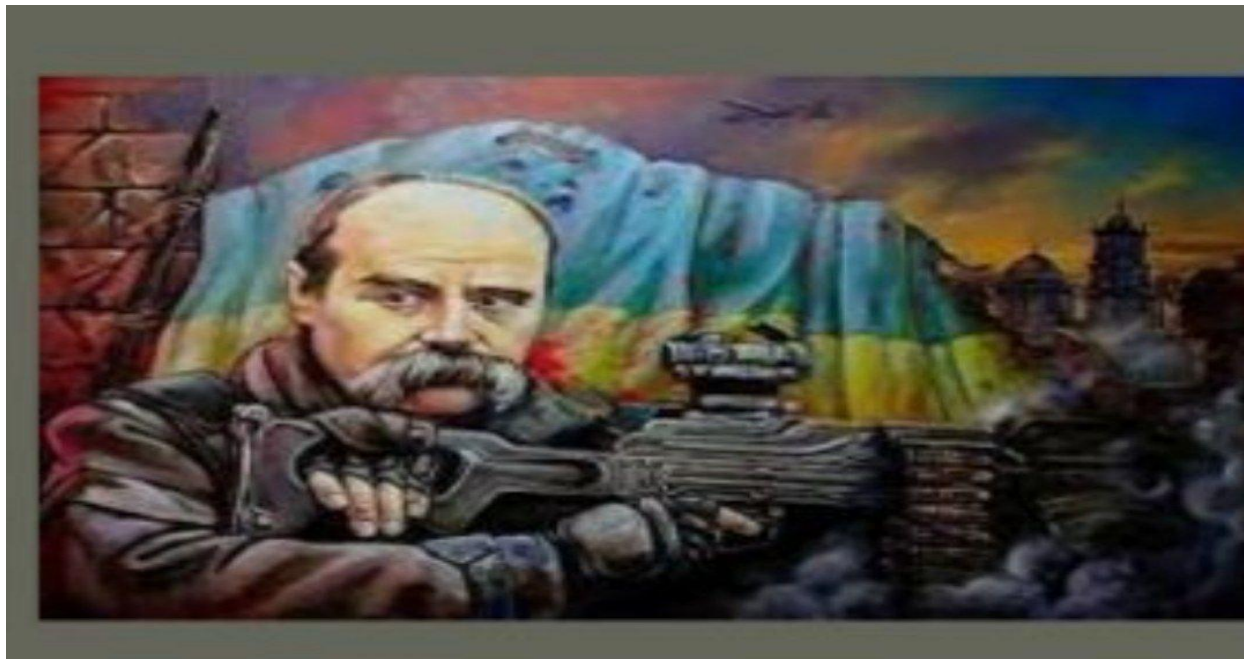
<https://thegard.city/articles/242337/memi-pro-krimskij-mist>

№7.



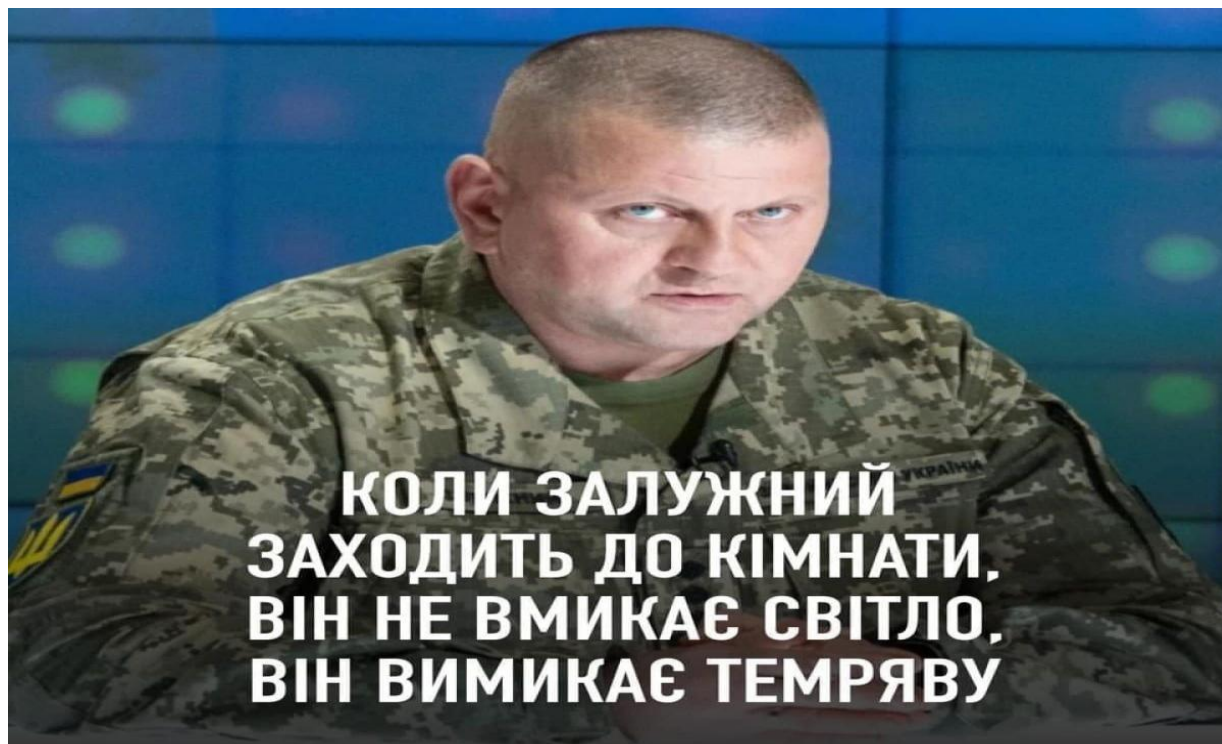
<https://ms.detector.media/trendi/post/31240/2023-02-23-skazhy-palyanytsya-15-memiv-shcho-zyavylsya-u-chas-velykoi-viyny/>

№8.



<https://images.app.goo.gl/jQjmD3ieKXQJpbJN6>

№9.

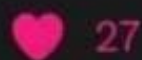
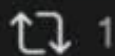


<https://war.telegraf.com.ua/ukr/kultura/2024-01-29/5830949-batku-nash-zaluzhniy-yak-ukrainsi-spivayut-pro-zaliznogo-general-a-ta-roblyat-memi-foto-video>

№10.



василь байдак @by_by_duck · 3 хв
коли за твоєю спиною Анджеліна Джолі,
але тобі пофіг, бо ти дивишся як знищують
ювілейний 1000й російський танк



<https://images.app.goo.gl/WCyjTDkfxFY72ZfF8>

№11.



<https://ms.detector.media/trendi/post/31240/2023-02-23-skazhy-palyanytsya-15-memiv-shcho-zyavylsya-u-chas-velykoi-viyny/>

№12.



<https://ms.detector.media/trendi/post/31240/2023-02-23-skazhy-palyanytsya-15-memiv-shcho-zyavylsya-u-chas-velykoi-viyny/>

№13.



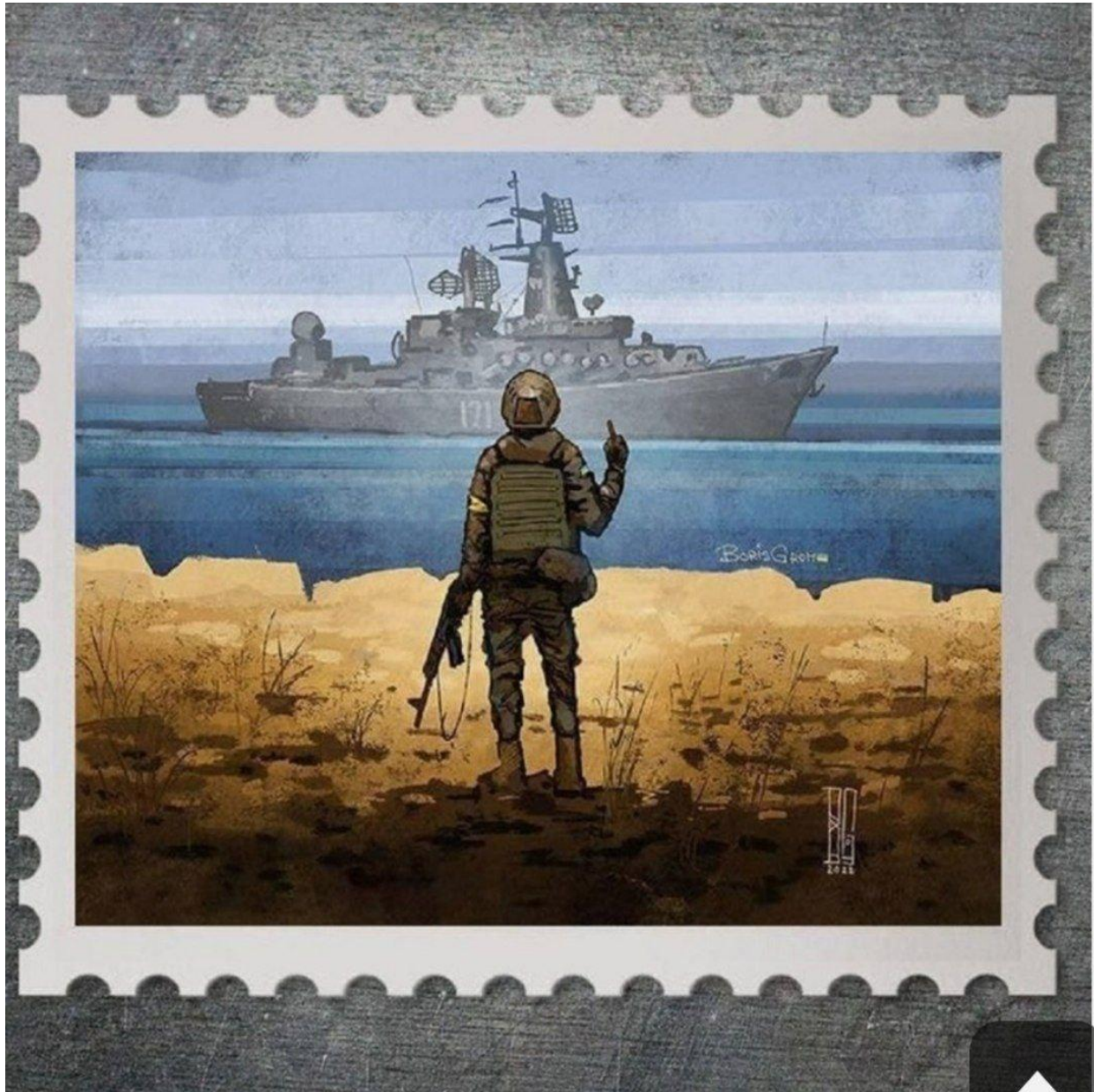
<https://ms.detector.media/trendi/post/31240/2023-02-23-skazhy-palyanytsya-15-memiv-shcho-zyavylsya-u-chas-velykoi-viyny/>

№14.



<https://ms.detector.media/trendi/post/31240/2023-02-23-skazhy-palyanytsya-15-memiv-shcho-zyavylsya-u-chas-velykoi-viyny/>

№15.



<https://suspilne.media/culture/348110-dobrogo-vecora-everybody-cej-den-nastav-mi-pidgotuvali-pidbirku-golovnih-memiv-2022-roku/>

Таблиця 2.1 Контент-аналіз мемів українського медіапростору.

Назва мему	Формальні критерії										Неформальні критерії						
	Тип мему				Тематика				Рівень комунікації		Гумористичний ефект			Лексика			
	Текстовий	Візуалізований			Креалізований	Військові	Політичні	Культурні	Побутові	Безпосередньо	Опосередкована	Гумор	Сатира	Чорний гумор	Нормативна	Ненормативна	Лексика з субкодом
Сигуати вни		Образи й	Безособовий														
Свята Джавеліна			✓			✓		✓			✓						
Басуся та город				✓	✓	✓			✓	✓		✓			✓		✓
Путін помер			✓				✓				✓			✓			✓
Рижий кіт				✓				✓			✓	✓					
Чорнобаївка	✓			✓		✓					✓		✓	✓			✓
Гуси				✓					✓		✓	✓					

Вибух на Кримському мосту	✓	✓			✓	✓				✓		✓			✓		✓	
Пес Патрон			✓			✓		✓			✓							
Сучасний Тарас Шевченко			✓			✓		✓			✓							
Залужний	✓				✓	✓	✓			✓			✓		✓			✓
Анджеліна Джолі у Львові	✓	✓			✓				✓	✓		✓						✓
Вообще не хочу уезжать із Крима	✓	✓			✓			✓		✓		✓						✓
Тракторні війська		✓		✓					✓	✓		✓						
Доброго вечора, ми з України	✓			✓	✓		✓	✓										✓
Русській воєнний корабль, іді на...				✓		✓							✓			✓		✓