

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛІСТИКИ

Кафедра соціальних комунікацій та інформаційної діяльності

Кваліфікаційна робота магістра

на тему «Меми як маркери репрезентації російсько-української війни
в мікромедіа та соціальних мережах»

Виконав: студент 2 курсу магістратури,
групи 8.0611-ж
спеціальності 061 «Журналістика»,
освітня-професійна програма
«Журналістика»

Бурлаков А.О.

Керівник: – д. соц. ком., доц.

Ковпак В.А.

Рецезент: - д. соц. ком., доц.

Чернявська Л.В.

Запоріжжя – 2022

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Факультет журналістики

Кафедра соціальних комунікацій та інформаційної діяльності

Рівень вищої освіти магістерський

Спеціальність 061 – «Журналістика»

ОП Журналістика

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

Березенко В.В.

«__» _____ 2022 р.

**З А В Д А Н Н Я
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТА**

Бурлакова Антона Олеговича

1. Тема роботи – «Меми як маркери репрезентації російсько-української війни в мікромедіа та соціальних мережах» («Memes as markers of the representation of the russian-Ukrainian war in micromedia and social networks»), керівник роботи – Ковпак Вікторія Анатоліївна, д. соц. ком., затверджені наказом ЗНУ від

2. Строк подання студентом роботи 13.12.2022 р.

3. Вихідні дані до роботи – наукові праці дослідників, які вивчали питання мемокомплексів як засобів комунікації, інтернет-меми в інформаційних війнах, а також праці присвячені меметиці – Річарда Докінза, Дугласа Рашкоффа, Дерека Гатерера, Людмили Павлюк, Георгія Почепцова, Джонатана Вітті, Гері Маршалла, Сьюзен Блекмор, Стюарта Амплбі.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити: 1) характеризувати меметику як інформаційний складник російсько-української війни. 2) Визначити технології і тактики мемокомплексів в концепції медіавірусів. 3) Проаналізувати жанрову та тематичну типологію українських мемів про російсько-українську війну.

5. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Вступ	Ковпак В.А.		
1 розділ	Ковпак В.А.		
2 розділ	Ковпак В.А.		
Висновки	Ковпак В.А.		

Дата видачі завдання

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів магістерської роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1.	Визначити мету, завдання, об'єкт і предмет дослідження. Написати попередній варіант вступу і змісту.	01.11.2022	Виконано
2.	Підібрати наукову літературу, визначити емпіричні джерела.	25.11.2022	Виконано
3.	Написання вступу і змісту.	27.11.2022	Виконано
4.	Написання розділу 1.	05.12.2022	Виконано
5.	Написання розділу 2.	10.12.2022	Виконано
6.	Пройти попередній захист на кафедрі.		
7.	Виправити недоліки, сформулювати висновки, оформити додатки.		
8.	Здати роботу на нормоконтроль, пройти рецензування.		

Студент _____ А.О. Бурлаков

Керівник роботи _____ В.А. Ковпак

Нормоконтроль пройдено

Нормоконтролер _____ Т.В. Іванюха

РЕФЕРАТ

Тема роботи – «Меми як маркери репрезентації російсько-української в мікромедіа та соціальних мережах».

Робота складається зі вступу, двох розділів, висновку, списку використаних джерел та додатку. Загальний обсяг роботи 72 сторінки. Список використаної літератури містить 61 найменування, викладених на 8 сторінках.

Об’єкт дослідження – меми в мікромедіа та соціальних мережах

Предмет дослідження – жанри та тематичні види мемів в контексті репрезентації російсько-української війни

Мета дослідження – проаналізувати жанрову та тематичну типологію мемів в мікромедіа та соціальних мережах в контексті репрезентації російсько-української війни.

Завдання – охарактеризувати меметику як інформаційний складник російсько-української війни. Визначити технології і тактики мемокомплексів в концепції медіавірусів. Проаналізувати жанрову та тематичну типологію українських мемів про російсько-українську війну.

Методологічну та теоретичну основу дослідження становлять праці науковців, які вивчали питання мемокомплексів як засобів комунікації, інтернет-меми в інформаційних війнах, а також праці присвячені меметиці – Річарда Докінза, Дугласа Рашкоффа, Дерека Гатерера, Людмили Павлюк, Георгія Почепцова, Джонатана Вітті, Гері Маршалла, Сьюзен Блекмор, Стюарта Амплбі.

Методи дослідження: Типологічний аналіз(тематичні види мемів), класифікація(жанри меметики), системний підхід(аналіз мемів як маркерів російсько-української війни в мікромедіа та соціальних мережах в контексті історико-політичних обставин, крізь призму портрета авторів

мемів). Елементів метода спостереження, охоплення акаунтів в результаті використання мемів-фаворитів, синхронічний метод(акцентуація на умовах російсько-української війни

Наукова новизна одержаних результатів полягає в тому, що робота на прикладі проаналізованих українських мемів про російсько-українську війну в мікромедіа та соціальних мережах, характеризує меметику як потужний інструмент інформаційної війни, контрапропаганди, репрезентує стратегії маркування смислових акцентів воєнного часу.

Практичне значення результатів: результати можуть бути використані у практичній діяльності редакціями мікромедіа та соціальних мереж, які використовують контент меметики;

під час викладання тематичних курсів на факультетах журналістики, ця робота може стати у нагоді блогерам та інституціям ринку соціальних мереж, котрі прагнуть зайняти експертну нішу та просувати мемокомплекси онлайн. **Теоретичне значення результатів:** дослідження буде в нагоді студентам освітніх програм спеціальностей «Журналістики», «Культура і мистецтво» при написанні курсових і творчих проєктів або дипломних кваліфікаційних робіт.

МЕМ, МЕМЕТИКА, МЕМОКОМПЛЕКСИ, МЕДІАВІРУС, СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ, ІНФОРМАЦІЙНА ВІЙНА

ЗМІСТ

Завдання.....	2
Реферат.....	4
Вступ.....	7
Розділ 1. Меми як смисловий ресурс мас-медійних репрезентацій.....	10
1.1 Меметика як інформаційний складник російсько-української війни.....	10
1.2 Мемокомплекси в концепції медіавірусів.....	19
Розділ 2. Українські меми про війну: жанрова та тематична типологія.....	40
Висновки.....	52
Список використаної літератури.....	54
Додаток.....	62
Summary.....	74

ВСТУП

Війна залишає по собі безліч матеріальних і нематеріальних відбитків, свідчень подій, що зафіксовані різноманітними інформаційно-комунікаційними носіями в ті часи, які на власні очі ми бачити не могли. Суспільство в контексті війни продукує культурні маркери, завдяки яким сучасне та прийдешні покоління зможуть сформувати «картину світу» на основі якої наступні покоління складуть враження і дадуть оцінку. Вивчення історії було б неможливим без певних маркерів, які відділяють епохи одну від одної, завдяки яким ми можемо відрізнити особистості, що могли мати спільні риси і цілі. За характеристикою британського вченого Річарда Докінза: «мем – основна одиниця культурної інформації чи ініціації»[52]. В умовах повномасштабного вторгнення росії в Україну, меми в соціальних мережах стали інструментом так званого «відповідального гумору», ефективною інформаційною зброєю проти ворожої пропаганди. Створення мемів передбачає глибоку концентрацію на смислах і цінностях. Добір влучного підпису. Прагматичний потенціал мемів залежить від історії написання, історії ілюстратора, історико-політичного періоду, адекватного сприйняття цільовою аудиторією, якісний результат, відгуки читачів, формують мемокомплекси, які стають легендарними, так званими мемами-фаворитами, зокрема меми «путін та Україна», «непереможність Збройних сил України», «бойові гуси», «оргія на київській горі Щекавиці та ядерний удар», та інші. Таким чином, актуальним видається проаналізувати меметичну зброю в контексті інформаційного протиборства.

Об'єкт дослідження – меми в мікромедіа та соціальних мережах.

Предмет дослідження – жанри та тематичні види мемів в контексті репрезентації російсько-української війни

Мета дослідження – проаналізувати жанрову та тематичну типологію мемів в мікромедіа та соціальних мережах в контексті репрезентації російсько-української війни.

Завдання:

- 1) охарактеризувати меметику як інформаційний складник російсько-української війни,
- 2) визначити технології і тактики мемокомплексів в концепції медіавірусів,
- 3) проаналізувати жанрову та тематичну типологію українських мемів про російсько-українську війну.

Методологічну та теоретичну основу дослідження становлять праці науковців, які вивчали питання мемокомплексів як засобів комунікації, інтернет-меми в інформаційних війнах, а також праці присвячені меметиці – Річарда Докінза, Дугласа Рашкоффа, Дерек Гатерера, Людмили Павлюк, Георгія Почепцова, Джонатана Вітті, Гері Маршалла, Сьюзен Блекмор, Стюарта Амплбі.

Методи дослідження: Типологічний аналіз(тематичні види мемів), класифікація(жанри меметики), системний підхід(аналіз мемів як маркерів російсько-української війни в мікромедіа та соціальних мережах в контексті історико-політичних обставин, крізь призму портрета авторів мемів). Елементів метода спостереження, охоплення акаунтів в результаті використання мемів-фаворитів, синхронічний метод(акцентуація на умовах російсько-української війни

Наукова новизна одержаних результатів полягає в тому, що робота на прикладі проаналізованих українських мемів про російсько-українську війну в мікромедіа та соціальних мережах, характеризує меметику як потужний інструмент інформаційної війни, контрапропаганди, репрезентує стратегії маркування смислових акцентів воєнного часу.

Практичне значення результатів: результати можуть бути використані у практичній діяльності редакціями мікромедіа та соціальних мереж, які використовують контент меметики;

під час викладання тематичних курсів на факультетах журналістики, ця робота може стати у нагоді блогерам та інституціям ринку соціальних мереж, котрі прагнуть зайняти експертну нішу та просувати мемокомплекси онлайн.

Теоретичне значення результатів: дослідження буде в нагоді студентам освітніх програм спеціальностей «Журналістики», «Культура і мистецтво» при написанні курсових і творчих проєктів або дипломних кваліфікаційних робіт.

Структура кваліфікаційної роботи: Робота складається зі вступу, двох розділів, висновку, списку використаних джерел та додатку. Загальний обсяг роботи 72 сторінки. Список використаної літератури містить 61 найменування, викладених на 7 сторінках

РОЗДІЛ 1

МЕМИ ЯК СМИСЛОВИЙ РЕСУРС МАС-МЕДІЙНИХ РЕПРЕЗЕНТАЦІЙ

1.1 Меметика як інформаційний складник російсько-української війни

Термін «мем» вперше був використаний британським біологом Річардом Докінзом у його научно-популярній книзі «Егоїстичний ген». На його думку, «мем – одиниця інформації в культурній еволюції людства» [52]. Варто зазначити, що в 1904 німецький біолог Ріхард Земон опублікував наукову роботу «Пам'ять-сприйняття у зв'язку з оригінальними сприйняттями»(приблизний переклад), у якій використав корінь «мнема», що з грецької перекладається як «спогад». В 1921 році цю роботу було перекладено на англійську мову, і слово «The Mneme» увійшло до Оксфордського словника. Пізніше Докінз скаже, що «шукав назву схожу на «ген», скоротив грецьке слово «мінема»(наслідування), а про вже існуючий термін «The Mneme» на той час не знав» [52].

У 1982 році Річард Докінз видає роботу «Розширений фенотип» у якій знову згадує меми, і розвиває цю тему. Термін міцно закріпився в науці, і сьогодні ми маємо безліч визначень, які з різних точок зору пояснюють що таке мем. Мем – одиниця суспільної взаємодії(соціологія), мем - одиниця мислення, завдяки якій здійснюється його процес(психологія), мем - одиниця інформації, що міститься у свідомості(культурологія). Доктор філологічних наук Георгій Почепцов виділяє такі важливі характеристики мему: «мають яскраву форму і значення, самодостатні для розповсюдження, здатні створювати чи руйнувати ментальний захист» [1].

«В основі звернення військових до цієї проблематики (а саме звідти прийшов прикладний аспект цієї проблематики) лежить невелика робота Пессера. У ній він написав: «Майбутня війна в ідеологічному просторі вимагає силової структури, загартованої для нелінійного поля бою. Американські військові не мають доктрини чи рекомендацій для війни нелінійному просторі бою в розумі ворога чи навіть складної парадигми некомбатантів. Проте з деякими модифікаціями можна досягти нового рівня розуміння та можливості досягнення паритету та навіть переваги у цьому просторі» [1]. Песер також запроваджує розмежування між цільовою спрямованістю інформаційних операцій та меметичних. Якщо інформаційні операції спрямовані на ворога, то меметичні — на цивільних осіб, тому це різношерстна аудиторія. Це масова свідомість, яка і повинна бути основним об'єктом як для атаки, так і для захисту [1]».

На відміну від генів, «меми можуть поширюватись горизонтально (між представниками одного покоління), а не тільки вертикально (від покоління до покоління) [53]». «Меми часто утворюють групи — комплексні меми, які об'єднують кілька мемів задля спільного захоплення й посилення у боротьбі ідей. Комплексний мем у літературі також називають мемплексом (memplex) — це скорочення утворене від слів «меметичний комплекс» або «комплекс мемів».

«Вертикальна передача ідей — це коли людина отримує ті чи інші ідеї від попередників, через усну передачу, книги чи інші культурні артефакти. Горизонтальна передача ідей походить від людини до людини та від культури до культури в рамках одного покоління» [54].

Меми – це чиста інформація, але їхнє функціонування має помітні фізичні та поведінкові наслідки. Меми, аналогічні генам, - мелодії, ідеї, модний сленг, різне ремесло.

Ця ідея розглядається і в книзі Дугласа Рашкоффа «Медіавірус»: «меми розглядаються у зв'язку з їхньою здатністю поширюватися каналами ЗМІ та Інтернет, викликаючи соціально значущі наслідки (наприклад, впливати на вибори політиків, змінювати суспільні переконання, впливати на дитячу аудиторію та ін.)» [2].

«Подібно до генів, меми — це реплікатори, тобто об'єкти, які копіюють самі себе. Для мемів виживання залежить від наявності хоча б одного носія, а відтворення залежить від того носія, який намагається поширити мем. Інформаційний зміст конкретного мема впливає на ту ймовірність, з якою буде скопійовано, виробляючи свій оптимон. Меми можуть змінюватись (комбінуватися або розділятися), щоб формувати нові меми. Вони беруть участь у боротьбі один з одним за ресурси (розуми людей), і, в результаті, зазнають природного відбору» [55].

«Сучасний меметичний рух існує з середини 1980-х років. У січні 1983 року в "Metamagical Themas", колонці Дугласа Хофштадтера в журналі "Scientific American", а також в однойменній збірці статей було опубліковано пропозицію назвати дисципліну, що вивчає меми, "меметикою" (за аналогією з генетикою). Дослідження меметики відрізняються від мейнстримної культурної еволюційної теорії в тому, що її прихильники часто не є антропологами або соціологами і часто не мають академічної освіти. Широкий вплив «Егоїстичного гена», без сумніву, допоміг об'єднати людей різних інтелектуальних традицій. Іншим важливим стимулом стала публікація в 1992 році книги *Consciousness Explained*, написаної Деніелом Деннетом, професором Університету Тафтс, в якій концепт мема вбудовувався в теорію розуму. Річард Докінз в есе *Viruses of the Mind* (1993) використовує положення меметики для пояснення феномена релігійної віри та різних сторін організованих релігій.»[56]

Однак у своєму сучасному вигляді меметика веде відлік з виходу 1996 року двох книг авторів, які не належать до академічного мейнстріму:

"Virus of the Mind: The New Science of the Meme" Річарда Броуді, колишнього менеджера компанії "Майкрософт", та Аарона Лінча, математика і філософа, який багато років пропрацював інженером у компанії «Fermilab».

«Лінч розробив свою теорію незалежно від академічних культурно-еволюційних дисциплін, дізнавшись про «Егоїстичний ген» Докінза лише незадовго до публікації своєї книги» [56].

«Практично одночасно з публікацією книг Лінча та Броді в інтернеті з'явився новий електронний журнал на базі Центру політичного моделювання університету Manchester Metropolitan University – Journal of Memetics – Evolutionary Models of Information Transmission (журнал меметики – еволюційні моделі передачі інформації). Електронний журнал незабаром став центром публікацій і дискусій меметичної спільноти, що народжувалася. У 1999 році Сьюзен Блекмор, психолог університету University of the West of England, опублікувала роботу The Meme Machine, в якій більш повно опрацьовані ідеї Деннета, Лінча і Броді і зроблено спробу їх порівняння з різними підходами академічних культурно-еволюційних дисциплін, а також викладено нові та неоднозначні теорії еволюції мови та людського сприйняття власної сутності, засновані на меметиці» [56].

Журнал проіснував з 1997 по 2005 рік: у 2005 р. був виданий останній випуск, в якому була опублікована стаття Брюса Едмондса. невдачу меметики і втрату інтересу дослідників до роботи у цій галузі відсутністю як інтерпретаційної, і передбачуваної концепції аналогії ген-мем, після чого журнал припинив існування.

«Практично відразу ж після виникнення, меметичний рух розділився на тих, хто слідує визначенню мемів як одиниць інформації в мозку,

даного Докінзом, і тих, хто бажає визначити їх як культурних артефактів і поведінки для дослідження. Два напрями вивчення меметики отримали назви «інтерналістського» та «екстерналістського». Серед відомих інтерналістів - Лінч і Броді, серед екстерналістів - Дерек Гатерер, вчений-генетик з ліверпульського John Moores University, та Вільям Бензон, дослідник культурної еволюції та музики» [3].

Основним обґрунтуванням для екстерналізму служить твердження, що: «внутрішні структури мозку неможливо спостерігати і меметика не може розвиватися як наука — особливо, як наука, що ґрунтується на кількісних вимірах, — якщо не перенести її акцент на ті аспекти культури, які можна прямо переводити в кількісні дані. Заперечення інтерналістів полягають у тому, що активність мозку та його стану врешті-решт будуть доступні для спостереження за допомогою нових технологій, що, на думку більшості культурних антропологів, культура включає переконання, а не артефакти, і що артефакти не можуть бути реплікаторами в тому ж сенсі, у якому реплікаторами вважатимуться психічні сутності чи нуклеїнові кислоти» [3]. Дискусії прийняли такий спекотний оборот, що в 1998 році на симпозіумі, присвяченому меметиці, організованому в рамках 15-ої Міжнародної Конференції Кібернетики, було оголошено заклик до припинення суперечок щодо визначень.

Найбільш ґрунтовною роботою інтерналістського спрямування меметики можна вважати видану в 2002 році книгу Роберта Аунгера, антрополога з Кембриджського університету під назвою *The Electric Meme* (Електричний мем). Аунгер також організував конференцію в Кембриджі в 1999 році, на якій відомі соціологи та антропологи відзвітували про прогрес меметики і результатом якої стала публікація в 2002 році книги «*Darwinizing Culture: The Status of Memetics as a Science*» («Дарвінізована культура: »), За редакцією Аунгера і зі вступом Деннета.

Сьюзен Блекмор визначає мем як «будь-яку інформацію, скопійовану від однієї персони до іншої, будь то звички, навички, пісні, історії і т. д.» [57]. Вона також стверджує, що «мем, подібно до генів, слід розглядати як реплікатори, як інформацію, що копіюється варіаційно та селективно: меми (і, отже, людські культури) розвиваються через те, що виживають лише деякі варіації. Меми копіюються шляхом імітації, навчання та інших методів і борються за виживання в нашій пам'яті та шанс бути знову реплікованими. Великі групи мемів, що копіюються і передаються спільно, отримали назву коадаптованих мемічних комплексів, або мемплексів» [57]. За визначенням Блекмор таким чином мем реплікується за допомогою імітації. Для цього необхідна здатність мозку до узагальненої чи селективної імітації моделі. Оскільки процес соціального навчання різниться у людей, процес імітації не може бути абсолютно точним. Спільність ідеї може бути різними допоміжними мемами; частота мутацій у меметичній еволюції вкрай висока, і мутації можливі навіть у момент будь-якої взаємодії у рамках імітаційного процесу». Дане спостереження викликає інтерес під час спостереження, що соціальна система, яка складається з комплексної мережі мікрорівня, на макрорівні створює культуру.

Річард Докінз у роботі «A Devil's Chaplain» вказує, що «насправді існує два різні типи меметичних процесів. Перший — тип культурної ідеї, дії чи експресії, який має широку варіацію. Прикладом можна назвати одного зі студентів Докінза, який навчився деяким особливостям Вітгенштейна. Однак він також описує мем, що самокоректується, захищений від мутацій — наприклад, шаблони оригамі в початкових школах. Винятки можуть бути в окремих випадках, мем передається точною послідовністю інструкцій. Цей тип мема, як правило, не розвивається і рідко мутує. Деякі меметисти, проте, розглядають це явище як протяжну мемічну силу, а не як два різні меми» [4].

Інше визначення дав Хоккі Ситунгкір, він мав на меті запровадити більш жорсткий формалізм для мемів, мемплексів і демів, розглядаючи мем як культурну одиницю культурних комплексних систем. Він ґрунтується на дарвінівському генетичному алгоритмі з деякими модифікаціями для врахування різних еволюційних патернів генів та мемів. Описуючи метод меметики як розгляд культури як комплексної адаптивної системи, він говорить про меметику як альтернативної методології культурної еволюції. Однак існує безліч можливих визначень слова мем; наприклад, у межах комп'ютерної симуляції термін «меметичне програмування» використовується для визначення певного обчислювального погляду.

Меметику можна легко зрозуміти як метод наукового аналізу культурної еволюції. Однак прихильники меметики, за даними «Journal of Memetics», вважають, що у «меметики» є потенціал стати важливою і перспективною дисципліною з аналізу культури, використовуючи рамку еволюційних концептів. Кейт Хенсон, автор "Memetics and the Modular-Mind", стверджує що «меметиці необхідно інкорпорувати еволюційну психологію для розуміння психологічних особливостей носія мемів» [5].

Застосування меметики до складного комплексу проблем соціальних систем, стійкості середовища було прийнято на сайті thwink.org. За допомогою меметичних типів та меметичного інфікування в деяких стокових та поточних симуляційних моделях, Джек Херік продемонстрував кілька цікавих феноменів, які найкраще пояснюються за допомогою меметики. Одна модель, *The Dueling Loops of the Political Powerplace*, описує фундаментальну причину корупції як політичну норму, що виникла внаслідок спадкових структурних переваг однієї петлі зворотного зв'язку над іншою. Інша модель, «*The Memetic Evolution of Solutions to Difficult Problems*» використовує меми, еволюційні алгоритми та науковий метод для демонстрації того, наскільки складні рішення

розвиваються з часом і як можна покращити процес. Інсайти, одержані завдяки цим моделям, використовуються для інженерії елементів меметичних рішень проблеми сталості середовища.

У книзі «Selfish Sounds and Linguistic Evolution» австрійський лінгвіст Ніколаус Рітт зробив спробу операціоналізувати меметичні концепти та використовувати їх для пояснення довгострокових звукових змін у ранній англійській мові. Стверджується, що «генералізована дарвінівська рамка для поводження з культурними змінами може надати пояснення там, де відступають центровані на індивіді, що говорить, підходи. У книзі робляться порівняно конкретні гіпотези щодо можливих матеріальних структур мемів і наводяться два емпірично багаті дослідження» [58].

В «A Memetic Paradigm of Project Management» Вітті С. Дж. висуває гіпотезу, що «проект-менеджмент є мемплексом з мовою та історіями людей, які її здійснюють. Цей радикальний і, за словами деяких, єретичний підхід закликає менеджерів проектів вважати багато з того, що вони називають проектом та його менеджментом, ілюзією та людським конструктором, що приховує в собі низку почуттів, очікувань та відчуттів, що викликаються, оброблюються та описуються людським мозком. Підхід також вимагає від менеджерів проектів пам'ятати, що причини використання проект-менеджменту свідомо не викликаються з метою максимізувати дохід. Менеджери повинні розглядати проект-менеджмент як природно виникаючі, самообслуговуючі, самоподібні структури, що розвиваються, існуючі заради самих себе» [6].

Сьюзен Блекмор ставить питання про "третій реплікатор" - який на її думку повинен змінити з часом мем, так само як мем свого часу з'явилися і "замінили" гени в еволюційному процесі.

За визначенням прибічників меметики, релігія складається з мемів. Р. Докінз постійно звертається до питань інтерпретації релігії з

атеїстичних позицій. Як стверджують прихильники меметики, деякі фундаментальні євангелічні релігійні рухи витрачають багато часу на прозелітизм, проте для «розмноження» подібних мемів необхідно, щоб вони надавали людині деякі психологічні вигоди: катарсис як звільнення від накопиченого почуття провини, відчуття власної праведності та віра у потойбічний світ як захисні механізми; релігійний екстаз.

Багато найбільших світових релігій (і, можливо, взагалі всі релігії) стали об'єктом свідомої меметичної модифікації протягом часу. Іудаїзм і християнство, іслам, мормонізм та інші, згідно з меметичною гіпотезою, розвинулися через варіації, модифікації та меметичні рекомбінації з якогось спільного монотеїстичного попередника чи попередників. Стверджується (але не доводиться), що зороастризм служив широко поширеним меметичним попередником, з якого нібито були взяті багато елементів іудаїзму, християнства та ісламу. Передбачається, що подібні попередники самі стали наслідком екстенсивної меметичної інженерії, можливо більш значної, ніж модифікації релігій, що відбуваються в них (оскільки ранні релігійні мемосистеми мали меншу «живильну сировину»).

Релігійні праві США несуть спільне повідомлення, побудоване навколо релігійної догми. Через приєднання консервативних політичних поглядів до християнського релігійного євангелізму («пігібекінг мемів») вони пов'язали певний набір політичних ідей, мемплексів, з окремим набором релігійних ідей, мемплексів, які реплікувалися дуже ефективно протягом багатьох століть. Християнство звертало прихильників віками, тепер у багатьох випадках релігійне звернення стає також політичним зверненням. Політико-релігійні мемплекси формуються і реформуються, розвиваються і руйнуються з часом.

«Деякі духовні практики (наприклад, буддизм) просувають екологічні та моральні цінності, з якими згодні багато людей.

Авраамічні релігії більш фокусуються на відданості трансцендентному божеству і дотримання моральних кодів поведінки, включаючи соціальний та етичний коди, що впливають на будь-який аспект життя, починаючи від суспільної поведінки та закінчуючи сексуальною експресією. Подібні релігії вважають за благо присвячувати своє життя служінню потребам інших. З іншого боку, християнство та іслам також пропагують прозелітизм. Оскільки коріння ісламу та християнства лежать в іудаїзмі, а також оскільки іудаїзм залишається менш популярною релігійною системою, цей феномен можна розглядати як вдалу меметичну мутацію для самореплікації» [6].

Деніел Деннет використовував ідею релігії як мема або мемокомплексу як основу при розгляді релігії у своїй книзі «Breaking the Spell».

С. Блекмор погоджується з «паразитичним трактуванням» Д. Деннета та припускає, що деякі меми здатні викликати різку реакцію відторгнення, яку автор називає мем-алергія. «У масовій свідомості та поведінці вона набуває вигляду різноманітних фобій. Ознаками тяжкої мемалергічної реакції є вимоги цензури, акти вандалізму, фізичне насильство по відношенню до носіїв «ворожого» мему» [57].

Предмет меметики дуже широкий і об'ємний. У своїх дослідженнях з цієї дисципліни вчені неминуче будуть поглиблюватися в предметні галузі інших наук: біології, антропології, соціолінгвістики, психології, теорії комунікації та інших.

1.2 Мемокомплекси в концепції медіавірусів

Медіавірус (англ. media virus) — термін, запроваджений американським фахівцем у сфері засобів масової комунікації (СМК) Дугласом Рашкоффом для позначення медіаподій (де медіа — засоби комунікації), які викликають прямо чи опосередковано певні зміни у

життя суспільства. Дуглас Рашкофф у книзі «Media Virus! Hidden Agendas in Popular Culture» на різних прикладах описує, як СМІ маніпулюють громадською думкою, просуваючи інтереси світу великих корпорацій.

Згідно з книгою Рашкоффа, «існуючи на гроші рекламодавців і корпорацій, СМІ вільно і мимоволі просувають щоденно споживчі цінності (консюмеризм), що нав'язуються ними суспільству, формують відповідну їм громадську думку, нав'язуючи, тим самим, розуміння сучасного світу» [2].

На думку Рашкоффа, «разом з розвитком засобів масової комунікації у світовій і насамперед в американській масовій культурі з'явилося покоління «X», що виросло в тісному контакті із засобами масової комунікації мас-медіа, добре знайоме з інфокомунікаційними технологіями і функціонує головним чином у світовому інформаційному просторі Рашкофф вважає синонімом "медіа") - інфосфері, або "медіа-просторі" (англ. mediasphere), прообраз віртуальної реальності. Представники цього покоління з їх знаннями психології, соціології, маркетингу, прийомів нейролінгвістичного програмування та психології впливу створюють групи, метою яких ставиться проведення «медіа-диверсій», здатних підірвати карту реальності, створювану як спрощену модель сучасного світу. І якщо раніше «медіа-простір» більшістю людей сприймалося як засіб, що інформує людей про реальність, то зараз все більше людей ставиться до інфосфери як до самостійного феномену, який існує за своїми законами» [2].

У книзі «Медіавірус» Рашкофф докладно описує те, що протидіє навмисному спрощенню картини світу засобами масової комунікації, — «медіа-події, що викликають справжні соціальні зміни, дітища ситуації, інформація про які поширюється в інфокомунікаційному середовищі за принципом . Саме запуском подібних медіавірусів і займаються сучасні медіа-активісти та спеціалісти із впливу засобів масової комунікації.

Плодами їхньої роботи можуть користуватися передвиборні штаби, великі корпорації та інші заінтересовані особи» [2].

Медіавіруси — меми і мемокомплекси, що розповсюджуються по інфосфері, змінюють сприйняття локальних і глобальних подій. Наукова дисципліна, що вивчає вірусні та менш впливові мем, називається меметика, плодами якої і користувався Дуглас Рашкофф для формування концепції «медіавірусу».

«Оболонкою медіавіруса як фактора, що розкриває складність та повноту зв'язків інфосфери, може бути:

- Подія
 - Винахід
 - Технологія
 - Наукова теорія
 - Філософська система
 - Сексуальний скандал
 - Поп зірка
 - Публікація на інтернет-сайті
- І т.д.» [2].

Викликаючи інтерес у споживачів мас-медіа і поширюючись, ці події, як стверджує Рашкофф, здатні викликати серйозне зрушення в масовій свідомості. Рашкофф наводить приклад «ефекту метелика»: незначна подія в одній частині складної системи може спровокувати непередбачувані катастрофічні зміни в іншій.

Сьогодні однією із сфер поширення медіавірусів є Інтернет. Деякі дослідники дотримуються гіпотези, що інтернет може у майбутньому служити плацдармом для революцій.

Кандидат наук із соціальних комунікацій О.В. Курбан досліджував медіа віруси і їх вплив під час російської агресії 2014-го року:

«Маючи виключно прикладний характер, концепція медіавірусів досі не отримала належного теоретико-методологічного обґрунтування, хоча прикладів успішного застосування такої технології безліч. Зокрема, це стосується інформаційних війн у соціальних мережах. Зазначену технологію доволі активно використовували профільні російські структури під час підготовчої та активної фази інформаційної агресії проти України (2013–2016 рр.)» [7].

«У сучасній практиці соціальних онлайн-мереж будь-яка ефективна інформаційна атака починається з латентної фази — прихованого проникнення в інформаційне поле противника з метою дослідження середовища, апробації певних ідей та потенційного ефекту їх застосування, а також для створення і закріплення власних інформаційних майданчиків для подальшої агресії» [7].

«Найкращим інструментом для проникнення на вороже інформаційне поле і є медіавіруси — інформаційні носії (події, скандали, чутки, діяльність організацій та окремих осіб), що доносять в прихованому вигляді завуальовані ідеї та меседжі.

Зазвичай медіавіруси можуть поширюватися у вигляді мемів та лолів — окремих семіотичних фрагментів. Рашкофф Д. визначає декілька типів медіавірусів, серед яких:

1) цілеспрямовані віруси — реклама, передвиборчі гасла, штучно детоновані «інформаційні бомби»;

2) віруси-тягачі — спонтанно виникають та миттєво підхоплюються, а також наповнюються певним змістом, спрямованим на вирішення конкретних завдань;

3) спонтанні віруси — народжуються та поширюються без конкретної цілі, у разі успішності можуть бути використані для розв'язання певних завдань. Найбільш вдалою формою камуфляжу для медіавірусів є події, винаходи, інноваційні технології, наукові теорії,

філософські системи та культурологічні концепції. Саме за допомогою таких форматів найпростіше проникати у певне інформаційне середовище, не викликаючи особливих підозр. В еволюції медіавірусів з'явилося таке явище, як медіаактивізм — тактика партизанської інформаційної війни, що реалізується окремими медіаактивістами або групами таких активістів» [7].

«Тактика медіаактивізму передбачає створення певних розкручених персон або організацій (рухів, громадських ініціатив та ін.), які є авторами і трансляторами тематичних медіавірусів.

У соціальних мережах медіаактивістами можуть бути тематичні групи або окремі блогери, які виконують функції своєрідних кібердиверсантів» [7]. Журналістка Ліза Бровко у статті «Меметика у війні: як меми стають зброєю» аналізує сьогоденне активне використання мемів: «Меми слугують ефективною зброєю у смисловій війні, де сторони воюють за системи світоглядних переконань і цінностей людей, хочуть нав'язати потрібну картину світу, створити нові смисли. За допомогою мемів можна легко маніпулювати свідомістю людей, схиляючи її на свою сторону. Звучить якось негативно, але меметична зброя націлена не тільки на руйнування, а ще й на піднесення. Наприклад, для покращення морального стану, настрою: «Мем смішний — ситуація страшна, але з хоч гумором» [8].

«У часи повномасштабної війни українці використовують меми для таких основних функцій:

- висміювання й деморалізація ворога;
- підтримка морального духу «своїх»;
- ідеалізація особистості.

Кожна із цих функцій «б'є» по ворогу, підриває його, дратує, ослаблює і... спонукає красти. Так, росіяни навіть українські меми крадуть (просто ремарка). Загалом меми повноцінно воюють на полі смислової

битви і для протидії агресії терористичної федерації, і для посилення єдності «смыслів» українців» [8].

«Найпопулярніший і найпотужніший мем повномасштабної війни, який став сакральним всеукраїнським гаслом і розповсюдився у світі, це, звичайно ж, легендарна фраза українського прикордонника «Русській военний корабль, іди нах..й» у відповідь на пропозицію російських окупантів скласти зброю. Вийшло так, що українці не просто не склали зброю, а й використали за цих обставин смислову. А коли ЗСУ потопили флагман російського Чорноморського флоту «Москву»... то був епічний момент приниження і деморалізації Росії. Ось так зародився мем, який продовжить жити й бити. Якщо взяти до уваги менш масштабні, то цю функцію виконують усеможливі варіації мемів з «паляницею», «Путін — х..йло», «ватниками», «рашистами», московськими карликами», «свинособаками», «путлером», «кримнашистами», «Чорнобаївкою», «соняшниками» і так майже до нескінченності.

Коли меми — зброя, гумор — то броня. Ця функція перетворює меми на зброю позитивної дії, яка допомагає розвантажитися від щоденних стресів, утримати психіку в стабільному стані, посміятися над ворогом і вкотре переконатися в нездоланності України. Росіяни залякують нас ядерною зброєю — гайда робити меми про Щекавицю. У РФ оголошують мобілізацію — через лічені секунди з'являються меми про «Де нам взяти стільки чорних пакетів!?!». Українці регочуть, а громадяни країни-терористки дратуються: вони геть не розуміють, чому ми з гумором реагуємо на російську мобілізації чи ще щось «страшне» [8].

«Один із культових мемів у цій категорії виник ще до початку повномасштабної війни зі слів однойменної пісні «Доброго вечора, ми з України» виконавців PROBASS Δ HARDI. Після цього під ці слова й музику було знято десятки тисяч відео про відважних українців, які борються проти російських окупантів. Цивільні зупиняють танк тілом,

переносять міни з цигаркою в зубах, проклинають росіян прямо в обличчя, а військові танцюють у полях з автоматом чи ПЗРК за плечима, ніби промовляючи своїм образом, що все буде Україна. До речі, «все буде Україна» — теж мем, оскільки Україна перетворилася на такий узагальнений образ добра. Згадайте одразу війну смислів: добро — зло, світло — темрява. Зеленський, Залужний, Кім, Арестович (зараз уже до нього змінилося ставлення від ідеалізації до висміювання), Пташка, Тайра, Привид Києва та інші. Усі вони стали мемами. Наприклад, президента України Володимира Зеленського зображають супергероєм. Він рятує світ від країни-агресорки РФ, тоді як Головнокомандувача ЗСУ Валерія Залужного янголом-охоронцем для українців.

Чим більше особистість ідеалізується, тим більше ми їй довіряємо, переймаємо її світоглядну систему, озброюємось її меседжами. Народ іде за нею» [8]. Журналістка Світлана Листюк у матеріалі «Інформаційна війна усіх з усіма:момент істини» міркує про «меметичну зброю:

«Використання мемів і меметики як зброї в інформаційному просторі піднімалось нами вже давно. Однак на досить серйозному рівні про меметичну зброю почали говорити лише останніми днями, після виходу в академічному журналі Defence Strategic Communications, що видається підрозділом NATOStratcomCOE в Ризі, статті Джеффа Гізі (JeffGiese) «Прийшов час поговорити про меметичні війни» [59].

«Процес формування мемів та їх вплив на інформаційну сферу ми вже неодноразово обговорювали. Тому необхідно зазначити, що стаття Джеффа Гізі дає досить звужений та обмежений погляд на роль меметичної зброї в сучасному інформаційному протистоянні. Американський автор обмежує царину мемів тільки соціальними мережами і онлайн простором. А між тим меми мають властивість «просуватися» далеко за межі онлайну та вільно переміщуватися смисловим полем незалежно від видів медіа» [59].

«За останні два роки в українському інформаційному просторі було відтестовано багато методів боротьби з пропагандою та дезінформацією, більшість з яких виявилася неефективною. В умовах майже повної неспроможності узяти під контроль засоби доставки інформації, що є, на нашу думку, одним з ключових методів отримання переваги в інформаційному протистоянні, експерти Інформаційно-аналітичного Центру Національної безпеки України концентруються на питаннях опрацювання можливостей контролю над смисловим полем українського інформаційного простору. В разі успіху це дозволить значно знизити необхідність у фінансових ресурсах, які є на сьогодні обов'язковим чинником у будь-якій роботі з інформаційною сферою. Адже «меметичні одиниці» мають властивість до самореплікації та поширення без додаткового впливу» [59].

Найближчим часом експертами «Інформаційно-аналітичного Центру національної безпеки України» разом з «Інститутом Постінформаційного Суспільства» буде розроблено проект дослідження меметичного контенту, до якого планується долучити провідних експертів в сфері комунікацій з маркетингу, політичного та комерційного піару, соціальних мереж, телепродукції і т.ін.» [59].

Феномен «меметичної зброї» визнає і кандидат історичних наук КНУ імені Тараса Шевченка Рена Марутян:

«Збройний конфлікт на сході України та анексія РФ АРК –це насамперед, боротьба двох систем цінностей (цивілізаційних ідей): євразійської (імперської), яку просуває РФ, та західноєвропейської (ліберальної, демократичної), на користь якої висловився український народ під час Революції Гідності» [10].

«Сьогодні, доводиться констатувати, що на фронті смислової війни (інформаційно-ідеологічному фронті) Росія за три роки завдала Україні

низку дошкульних ударів, застосувавши потужний інструментарій невійськових (гібридних) засобів ведення війни.

Наслідком цього стала втрата територій, великої кількості матеріальних й людських ресурсів під час конфлікту.

В сучасному інформаційному просторі меми стають зброєю у смислової війні, за допомогою якої можна маніпулювати свідомістю та впливати на поведінку громадян країни, проти якої здійснюється агресія.

Меми стали елементами ментальної зброї та вплинули на формування світоглядних позицій протидіючих сторін» [10].

«Це семантична війна, тобто війна за смисли та панівний дискурс.

Приклад використання меметичної зброї:

У липні 2014 року після зустрічі А.Меркель та В.Путіна за заклику до примирення з вуст канцлера Німеччини, українські користувачи масово почали писати коментарі на сторінці А.Меркель у Фейсбукці “Danke Frau Ribbentrop”, натякаючи на зраду інтересів України.

Більш того, в київському магазині «Сільпо» з’являється бренд вітчизняного пива (вищої цінової категорії) з етикетками із зображенням Меркель та підписом «Frau Ribbentrop». Між тим, в 2014-му році окремі експерти стверджували, що флешмоб #DankeFrauRibbentrop був запущений навмисно фахівцями славно звісної фабрики тролей з Ольгіно (РФ)» [10].

«У цивілізаційній війні Росії проти України агресор досягає успіху тому що: має потужні ресурси (фінансові, медійні, військові), чітко сформулював ідеологію «русского мира» та займається її популяризацією, використовує ментальні особливості українців, історичну пам’ять про «братні» народи, відсутністю чіткої стратегії розвитку України та ефективних заходів протидії інформаційної та гуманітарної агресії.

В ідеологічній сфері існує нагальна потреба у наданні визначення (насамперед, на рівні вищого військово-політичного керівництва країни) характеру війни, яку ми ведемо.

Новий порядок денний у безпековій сфері диктує необхідність на офіційному рівні (з поширенням в нац. та міжн. інформаційному просторі) визнання факту того, що Україна веде війну за своє існування» [10].

Людмила Павлюк з Львівського національного університету ім. Франка детально розбирає російські наративи, що стали мемами в медіа:

«Все почалося в Україні, слушно зауважує Тімоті Томас, описуючи фокус Росії про «створення «альтернативної або нової реальності» в репрезентації української політики, зокрема постмайданних подій. Надаючи дезінформацію, російська пропаганда намагається сформувати сприйняття та дії на місцевому та глобальному рівнях і конкурує із Заходом за вплив на міжнародний порядок. Заголовки типу «Facebook видаляє сторінки, які таємно контролювалися російською пропагандистською мережею» сигналізують про продовження опору міжнародної спільноти поширенню російського дестабілізуючого впливу у всьому світі» [11]. «Альтернативні правди, які поширюють російські ЗМІ, в основному стосуються втручання в численні конфлікти по всьому світу. У пересічного українця поняття пропаганди викликає образ державних російських медіа та їх персон. Цей пропагандистський пул в особі професійних прихильників ідеології на ТБ, політейників, тролів і «підтримуючих» блогерів став розповсюджувачем стратегічно навантажених образів і слоганів, які стають субстратом для мемів. Впізнавані кліше в їх дискурсі спрямовані на консолідацію американської групи («російська весна», «іскандери сміються») та дискредитацію представників проукраїнської групи («Україна — не держава», «кривава хунта» тощо). . Однак, один випадок, коли споживачем цих ідеологічних конструкцій і посилян є внутрішня аудиторія, і зовсім інша справа, коли

експресивні фільтри сприйняття спрямовані на групу, яку пропагандистська риторика намагається деморалізувати. Тут, власне, і починається робота українського контрпропагандистського дискурсу – нейтралізувати шкідливі та ворожі формули, нав'язані супротивником» [11].

«Риторичні елементи, які використовуються як основний текстовий матеріал для мемів у конфліктній публічній дискусії, відрізняються за походженням: це можуть бути гасла офіційної пропагандистської кампанії в ЗМІ, більш-менш спонтанні фрази з коментарів телеведучих і державних чиновників, «фрагменти» фейкові новини, які намагаються приховати злочини, або «обмовки», які перекладачі обирають для символічної місії. Незалежно від того, чи є мем спочатку сконструйованою формулою, призначеною для публічного розповсюдження, чи «шматочком» імпровізованого аргументу, який був «підхоплений з потоку», але не спеціально створений «для продажу», насправді є два автори для мему. Перший є автором вихідного тексту (або фігурантом події), а другий є інтерпретатором, який додає новий контекст для перегляду та переосмислення основного погляду, інкапсульованого в оригінальній формулі» [11].

«Нижче ми проаналізуємо походження деяких ключових ідіом, що лежать в основі пропагандистського нарративу про політику Росії, спрямовану проти України. Кліше «російська весна» виникло як ознака російської ідеологічної експансії та заклик до розгортання «народних рухів» на підтримку РФ під час анексії Криму та початку зіткнень на Донбасі. Це гасло фактично є метафоричним підсилювачем проекту під назвою «Новоросія», який надихнув дії, спрямовані на підтримку агентів російської адміністрації та протест проти української влади в південно-східних регіонах. За даними інтернет-джерел, термін «російська весна» створив за аналогією з «арабською весною» російський блогер Єгор

Холмогоров. Цей автор, висловлюючи однозначний погляд на Україну як на ворога, а на Донецьк, Харків та Одесу як на міста для приєднання до Москви, у лютому 2014 року закликав: «Російська весна вже почалася, і пора її щиро підтримати». Примітно, що низка «мобілізаційних» мемів, таких як «російська весна», «Новоросія» та «русский мир», з'явилася на початковій фазі конфлікту одночасно з дискурсивною формулою, яка мала відмітну функцію «лякання» опонентів. Цільовою аудиторією цих вербальних репелентів мали бути українці та потенційні партнери України, яким не вистачало «щирого» ентузіазму до розуміння подій «російської весни», а отже, потребували «попередження». Професійний телепропагандист Дмитро Кисельов створив яскравий образ кремлівської ідеології, говорячи про перетворення США на «радіоактивний попіл». Мем «Іскандери сміються» — фразеологічний слід, який залишився в конфліктному публічному просторі після загальноросійська кампанія агресивного блефу у відповідь на запровадження перших санкцій проти Росії. «Санкції? Не смішіть мої Іскандери», «Тополь не боїться санкцій», — йдеться в «патріотичних» написах на футболках, розповсюджених під час «модної акції», навіяної «комерційним успіхом футболка із зображенням Путіна». Захід підтримали депутат російської Держдуми та деякі зірки естради в ролі моделей в одязі «Іскандер». Як бажаний результат, Очікувалося, що громадяни будуть відчувати ентузіазм щодо «жорсткості» Росії та сприймати «Іскандер» і «Тополь», ракети великої дальності, як найпотужніший аргумент у дискусії щодо міжнародного права. Мем «каміння з неба» — ще один приклад масової, хоча й менш персоналізованої кампанії заклику населення окупованих територій до лояльного сприйняття нового порядку на півострові. Вона з'явилася після перших публічно висловлених ознак невизначеності, таких як гасло «Кримська весна...Що далі?» на білбордах і сітілайтах у Севастополі у 2014 році. Щоб протистояти цьому споглядальному девізу, який

сприймався як початок кампанії невдоволення, охоронці режиму розмістили «альтернативні» білборди з рядками запропонованої «канонічної» відповіді на смугах триколору: «А що далі?.. Хай навіть каміння з неба падає. Ми на батьківщині». Пізніше це гасло стало еталонною метафорою для критики окупаційної влади в численних публікаціях про свавілля самопроголошених власників півострова та втрачені ілюзії багатьох мешканців» [11].

«Інший практичний спосіб розширення репертуару мемів, які ідентифікують пропагандистську «картину світу», — це вибір елементів, що вказують на риторичну фальсифікацію, з потоку трансльованої публічної комунікації. Виступи російських політиків та керівників незаконних структур на окупованих територіях є зразками пропагандистського «канону», які, однак, піддаються сумніву та з ознакою іронії відображаються в українському контрдискурсі. Зокрема, в інтертекстуальному матеріалі українських медіа є покажчики фейкових сюжетів про участь російських військових в анексії Криму та збройних діях на Донбасі: «іхтамнет», «відпускники», «техніка з місцевого воєнторгу», «зброю з мін». Для кожного з цих мемів інформаційної війни є окрема історія, хоча всі разом вони утворюють єдиний стилістичний ряд. Слова «іхтамнет» («їх там немає»), мем, який українські ЗМІ використовують переважно як варваризм («іхтамнет»), імітуючи вимову мовою оригіналу («ихтамнет» / «их там ніет»), символізує російську тактику приховування інформації про події неоголошеної війни та ролі російських військових без ознак визнання в ній. На прес-конференції 4 березня 2014 року, відповідаючи на питання про учасників формування, яке захопило Крим – «Так це були російські військові чи ні?» – Путін заявив, що росіяни не брали участі в блокуванні підрозділів української армії: «Це були місцеві сили самооборони». З діалогів тієї ж прес-конференції випливає іронічна фраза про «обладнання Військоторгівлі

(Военторг ПХ)». На зауваження одного зі слухачів про те, що групи військовослужбовців на момент анексії були одягнені у форму, «дуже схожу на російську», Путін відповів, що така форма є «у всіх регіонах СНД»: «Сходьте в магазин і купите». будь-яка така форма». Поширений згодом у численних коментарях образ «торгівлі військовим одягом» став символом усіх риторичних «шифровок» та ухильних відгуків про походження зброї бойовиків на Донбасі. «Люди у відпустці» («відпускники») — іронічна (в українському дискурсі) назва російських військових, солдатів і офіцерів, які воюють проти української армії на Донбасі. Такий вислів використав колишній «міністр» так званої «ДНР» полковник Ігор Гіркін (Стрелков), описуючи роль угруповань військ з Росії, які прибули на схід України, у загостренні ситуації. (його люди «почали серйозно воювати») та розширення фронту влітку 2014 р. Екс-глава «ДНР» О. Захарченко зробив цю риторичну фразу ще більш фамільярною, пафосно пояснивши мотиви Російські «визволителі» в інтерв'ю телеканалу «Росія 24»: «Багато російських військовослужбовців приїхали сюди, вважаючи за краще не їхати на відпочинок, а поповнили ряди своїх побратимів, які воюють за свободу Донбасу». у багатьох випадках меми сигналізують про незграбні або зовсім невдалі спроби пропаганди врятувати репутацію фігурантів кримінальних справ. Застосовувані для цього виправдовувальні формули набувають анекдотичних відтінків, оскільки їх «відбілююча» функція надто контрастує з реальністю негативних явищ. ЗМІ, беручись за реконструкцію фейкових історій, крок за кроком, тобто з кожним дискурсивним повторенням, перетворюють деталі кримінальних справ на символи. Це можуть бути, наприклад, імена винуватців скандалів або метонімічні посилання на місця злочину, такі як «Петров» і «Боширов» (фальшиві імена хлопців, які прибули з Росії до Великої Британії з місією вбивства), «Солсберійські шпилі» (брехня про відвідування культурних

об'єктів, яка була сказана, щоб виправдати присутність у місті, де було скоєно злочин), «диспетчер аеродрому Карлос» пропагандистські нарративи, які не просто призначені для повернення ідеологічних цінностей, але створені як «легенди» для висвітлення терористичних і ліквідаційних операцій» [11].

«У дискурсі пропаганди під час війни, як і в будь-якому іншому різновиді текстів, лінгвістичні засоби стають еквівалентом практичних дій. Компоненти російського ідеологічного нарративу мають пряму функцію відволікати увагу від теми відповідальності за злочини та перекладати провину на українську сторону. У дзеркалі українського публічного дискурсу мікроцитати з мови російської пропаганди стають меметичними індексами, що ідентифікують фейкові та ідеологічно фальшиві ознаки та аргументи протилежного текстового поля. Наведені нижче мікроцитати демонструють тематичні відгалуження пропагандистських «аргументів», які висвітлюють злочини російського політичного та військового керівництва в Криму та на окупованому Донбасі. Сценарії для обох регіонів розглядаються окремо (індивідуально) і представлені набором типових кадрів, що вказують на кожну сцену конфлікту. Очевидно, що оригінальне авторство кожної фрази (або події, про яку йдеться) належить російським джерелам, тоді як українські ЗМІ використовують їх як рефлексивний екран і об'єкт для критичного сприйняття, тобто. д. не як кооптований заклик, а навпаки – як відкинуті ідеї: 1) Фрейм «інтервенція в Криму та анексія» включає мережу символічних висловлювань, які відсилають до низки подій і переконань: а) легітимація агресії та анексії через історичні міфи: «затискачі» (образ спільних цінностей, що склеюють російські громади та передбачають необхідність їх захищати будь-де («захист російськомовних громадян»), «місто російської слави» (переклад на Севастополь), «русский мир»; б) стимули до дій та гасла ідеологічної консолідації: “Крим – наш”, “русская весна”, “референдум за

самоопределение местного населения”, “нехай хоч каміння з неба падає”;

в) компрометація України та применшення її права на захист суверенітету; переформулювання причин міждержавного конфлікту: «Україна не держава», «громадянський конфлікт»; «державний переворот у Києві» (російська офіційна інтерпретація Революції Гідності та постмайданних подій); г) фейкові зображення погроз, які нібито надходять з України: «потяги дружби», «картка Яроша», (згадується лідер «Правого сектору»), «кримські диверсанти» (надумані історії про радикальні групи та осіб, які нібито загрожують населенню в Криму) ; д) легітимізація та прикрашання виконавців агресії: «іхтамнет», «ввічливі люди», «зелені чоловічки»; д) формули залякування та нагадування погроз: «Іскандери сміються», «ядерний попіл».2)

Кадр « окупація Донбасу» містить такі повторювані теми та мотиви: а) мотиваційно-мобілізаційні гасла для нагнітання проросійської ідеологічної позиції: «русская весна», «русский мир», «Новоросия»; б) гіперболічні акузативні образи оборонних стратегій України: «кривава хунта», «каральні акції»; в) фальсифікація значення конфлікту: «це громадянська війна», «внутрішня справа України»; г) виконавці військових дій: «іхтамнет», «відпускники»; д) походження зброї: «з місцевого мілторгу», «зброя з шахт»; е) нагадування про погрози: «ми можемо повторити», «вони помруть, а ми підемо в рай».

Деконструкція фейку — це повторювана процедура, яка передбачає появу та подальше повторення нових візуальних і вербальних деталей основного нарративу. Крім того, кожен окремий мем постійно зазнає змін у формі та виникає у постійно новому середовищі, мікроконтексті. Достатнє розпізнавання дозволяє мему функціонувати в ряді трансформованих варіантів. Численні модифікації оригінальної первинної історії, у свою чергу, є показником актуальності теми, а також її контекстуальної адаптованості. Виконуючи функцію символічної ідентифікації, мем формує контентну матрицю для аналогічних скриптів. Наприклад, термін

«іхтамнет», який використовується в багатьох контекстах, показує типовість російської політики збройної експансії в багатьох країнах світу, зокрема для просування диктаторських режимів. Ось декілька медійних прикладів таких змін у формі та змісті «первинного» мему «іхтамнет», які використовуються для показу розширеної географії російського втручання: «сирійський «іхтамнет»; «З Москви до Венесуели таємничий літак перевіз 500 незрозумілих «іхтамнет»; «Російські «іхтамнет» прямують до Карибського моря». Різноманітність версій підкреслює спільну логіку багатьох подій, розділених у просторі та часі» [11].

«Як зазначалося раніше, особливістю переконливого кліше інформаційної війни є те, що мем є результатом двох протилежних інтересів – 1) уваги «рідної» аудиторії до фрази чи персонажа та 2) інтерпретації опонентів. У багатьох випадках це той самий вислів чи образ, як у мові пропаганди, так і в контрдискурсі, лише з різними оціночними оцінками та в різних контекстах сприйняття. Контрфрейми, відповідно, працюють, щоб суттєво заперечувати початкове значення «джерела». Основний спосіб для українських медіа підтримувати значення, що збігаються з доктриною національного суверенітету та самооборони, – це показати контраст між стратегіями та картинами життя, які стверджуються в пропагандистському сценарії, і тими, які сприймаються як реальні, об'єктивні та адекватні. Нижче наведено приклади кількох тематичних груп мемів, зміст яких розкривається та викривається за допомогою фактичної інформації, такої як особисті історії, дані розслідувань, статистичні матеріали та документи. Мем «ввічливі люди», тісно пов'язаний зі сценарієм анексії Криму в 2014 році, став евфемістичною відповіддю на серйозне питання розслідування «Хто вчинив цей лихий жорстокий вчинок?» Щоб побудувати образ анексії як правильної операції, російська пропаганда вдалася до опису «ввічливі люди», позначаючи російських військових, які забезпечили перехід до

окупаційного режиму. Тут прямо робиться наголос на неіснуючу «ввічливість», на протиположності українському погляду на цих людей як на бойовиків, які займаються незаконною, терористичною діяльністю. Багато зарубіжних ЗМІ навесні 2014 року були схильні повторювати фразу про «ввічливих людей», оскільки, отримуючи інформацію з російських джерел, дізналися пропонувану фразеологію. Проте запозичене кліше часто контрастувало з визнанням жорстокості акції та пом'якшувалося висловленим сумнівом щодо її доречності. Автори для українських ЗМІ віддали перевагу більш нейтральній метонімічній назві «зелені чоловічки», а не «ввічливі люди». Якщо «зелені чоловічки» — це просто іроніка, то вислів «ввічливі люди» можна вживати лише з абсолютним сарказмом, оскільки це недоречно глузування з трагедії та злочину. Реальні розповіді свідків окупації показують, що «ввічливі люди» насправді були людьми зі зброєю, які, не вагаючись, придушували опір і були готові «стріляти з-за плечей жінок і дітей», згідно з відомим попередженням і коментарем Путіна, який перетворився на ще один мем із групи «маркерів загрози». Свідки весняних подій 2014 року суддя з Криму згадує, як аноніми відреагували на його відмову зняти український прапор з офісної будівлі: «Раптом в якийсь момент один із натовпу цих «зелених чоловічків» несподівано вдарив мене прикладом у щелепу. Вибили мені чотири зуби. Я цього не відразу зрозумів, бо рот одразу налився кров'ю...». Подібні випадки викликання лояльності силою не мали нічого спільного з вигаданим мемом із згадкою про «ввічливість» [11].

«Дискурсивна матеріалізація «іхтамнет» («їх немає») зазвичай виглядає як факти, що підтверджують твердження «їх там». Словосполучення «іхтамнет», яке фактично стало не лише «видовою» назвою російських військовослужбовців без знаків розпізнавання, а й, значно ширше, вказівкою на оманливі стратегії виправдання агресії. Контрдискурс української сторони, спростовуючи «іхтамнетський» підхід,

наголошує на фактах, зокрема заявах людей, які втекли з полону, доказах загибелі бойовиків, ідентифікованих за документами як громадяни Росії, пам'ятниках на території Росії росіянам, які загинули в Україні. «Чому цих росіян вбивають на Донбасі, де їх немає?» (або: «Чому по всій Росії відкриваються пам'ятники російським визволителям Донбасу, російським добровольцям? Що вони визволяли, якщо їх там не було?») Визначення російської сторони як нападника та безпосереднього учасника бойових дій. дії в Україні та в усьому світі ґрунтуються на журналістських репортажах та аналітиці військових, які діють в іноземних державах в інтересах Росії. Політика в стилі «Сирія — наша» (трансформація мему «Крымнаш», «Крим — наш») викликала необхідність пропагандистського «приховування» висвітлення російського «іхтамнету» (військової присутності) в Сирії. Звичайна секретність, до якої замість інформування американців вдалися російські військові під час наступу для рейдерського захоплення нафтопереробного заводу, стала причиною численних втрат серед російських військових. Виходячи з контексту цієї операції, ЗМІ надали багато розслідувальних матеріалів про діяльність російських підрозділів за кордоном: «ПВК Вагнера» – це замаскована назва найбільш боєздатних російських підрозділів у Сирії, так званий «іхтамнет». Це загони с 93 спецоперації, які до того часу активно воювали в Україні, а тепер у Сирії. Перед наступом російські військові з цих частин здадуть паспорти і військові квитки...» [11].

Інтернет, як згадувалося раніше, підтримує швидку та точну передачу по всьому світу мемів своїх користувачів. Це доповнення, а не заміна традиційних засобів поширення мемів. Очевидно, це також засіб, який використовує інше середовище. «Характеристики середовища відрізняються від характеристик традиційного середовища, тому результат розсіювання мемів інший» [12].

Стверджується, що «здатність Інтернету поширювати меми по всьому світу є точною і миттєво підтримує тенденцію до однорідності світової культури. Мемі можуть з'являтися приблизно в один і той же час у різних частинах світу незалежно від географічних та культурних кордонів, щоб мати свій вплив. Також стверджується, що швидкість передачі, а в результаті стрімкий каскад мемів в Інтернеті робить її ще більшою.

Завдяки цим уявленням можна окреслити істотні відмінності між спільнотами віртуального та реального світу. Віртуальні спільноти структуровані не так, як реальні спільноти. Обмеження географії та статусу не мають значення: важливо мати спільний інтерес. Але набір людей, можливо, зібраний з усіх частин світу і об'єднаний лише спільними інтересами, потребує побудови власної культури. Мережа сприяє

цьому комунікацією та поширенням мемів. Але в порівнянні з реальним світом, меми поширюються швидко й точно. Це змушує віртуальні спільноти розвивати культури які є вузькими, часто екстремальними і, як наслідок, досить ненадійними» [13]. «Їх хитка природа підсилюється перевагою інфекційних мемів над мемами, які можуть приносити більше переваг у довгостроковій перспективі, оскільки їх прийняття може призвести до розриву концепції віртуального світу та реального світу, настільки великого, що може стати нестійким» [14].

«Збільшене використання агентів привносить інший аспект у ситуацію, до якого можна звикнути і контролювати меми» [15]. «Агенти є ключовим елементом у так званій «push» технології, за допомогою якої користувачі можуть вказувати тип інформації, яку вони хочуть отримати, після чого мережа «виштовхне» ту і тільки цю інформацію. Як і будь-яка форма «вузького застосування» призводить до зміцнення існуючих

переконань і уникнення невизначеності, пов'язана з протилежними, суперечливими або навіть просто різними ідеями» [16].

Цей вид вибіркової уваги породжує людей, які не усвідомлюють або навіть не усвідомлюють чи бояться інших поглядів і груп, які дотримуються цих поглядів. У свою чергу, це призводить до соціальної фрагментації та виробництва несумісних соціальних сегментів.

Нарешті, прірва між тими, хто має доступ до мережі, і тими, хто його не має посилюється тим фактом, що ці групи обмінюються різними мемами різними способами. Як Інтернет-культура розвивається і віддаляється від культури реального світу, стає важче ефективно приєднатися до неї. Крім цього, є цілком реальна можливість того, що ті, хто має доступ до мережі, будуть відрізані від своєї історії в реальному світі. Вони можуть не мати в цьому інтересу: ті, хто зацікавлені, можуть не поділяти технічних і культурних інтересів тих, хто має доступ. Наслідком може стати розставання тих, хто проводить більшу частину часу у мережі з їхньою власною історією, яка може лише ще більше розширити прірву між ними.

«Інтернет можна інтерпретувати в термінах мемів і меметиків. Це забезпечує єдину структуру для вивчення загального функціонування та поведінки Інтернету. Враховуючи, що Інтернет широко використовується для передачі мемів, цей уніфікований аналіз має справжню користь звіту про роботу мережі, який узгоджується з використанням мережі. У тій мірі, в якій Інтернет є архетиповою мережею, ці висновки однаково справедливі до будь-якої комп'ютерної мережі» [17].

«Рівні були досліджені, починаючи з нижнього (апаратного) рівня і далі верхній (користувацький) рівень, щоб розкрити їхні вбудовані меметичні системи. Висновки попереднього розділу показують, що проста меметична система підтримується на операційному рівні, в якому меми інструктуються, є менш складним, ніж система, що підтримується на рівні

обслуговування, де меми є інтеракторами. Знову ж таки, система на рівні обслуговування менш складна, ніж на рівні користувача. Отже, підтримка меметичної системи на певному рівні завжди менш складна та забезпечує більший контроль, ніж це підтримується рівнем вище. Цей висновок узгоджується з обґрунтуванням прийняття багаторівневої системи, підхід до проектування складної системи, який полягає в тому, що додавання шару додає ще більше можливостей для загальної системи, спираючись на ті, що вже існують.» [17] Таким чином, «мережа підтримує можливості, які потрібні користувачам, шляхом поступового нарощування цієї можливості в багаторівневому режимі шлях із чіткими метасистемними переходами. Застосований тут меметичний підхід зробив це можливим» [17].

РОЗДІЛ 2. УКРАЇНСЬКІ МЕМИ ПРО ВІЙНУ: ЖАНРОВА ТА ТЕМАТИЧНА ТИПОЛОГІЯ

Дослідження українського мемовтворства дозволяють зробити кілька висновків щодо жанрової і тематичної типології, хронологічної прив'язки появи мемів до значимих соціальних і політичних подій, популярності окремих мемів. Популярність вимірюватимемо за допомогою аналізу українських інтернет-спільнот, які є основним джерелом мемного контенту, а також матеріалів на різних ресурсах, що дедалі частіше звертаються до нижнього інтернету* за натхненням. Але в контексті мого дослідження важлива не популярність окремого мему як картинки, а певна подія, що породила лавину таких картинок, гіфок* чи маленьких відео з накладеною музикою. Наприклад, ми розуміємо що приїзд Шона Пенна до Києва – така ж за своєю суттю подія, як приїзд Анджеліни Джолі до Львова. Що ми бачимо? З одного боку - статусний актор найбільшої у світі Голівудської кіностудії, лауреат премії «Оскар» приїхав підтримати Україну. З іншого боку – статусна акторка Голівуду приїжджає підтримати Україну. Це події одного порядку, але для мемовтворчості приїзд Анджеліни Джолі став мейнстрімом, знаковою подією, що породила безліч мемів. Аби довести свою думку, приведу скріншот пошуку у Google, ключові слова – «Шон Пенн(рис.1.1)/Анджеліна Джолі(рис.1.2) Україна мем»:

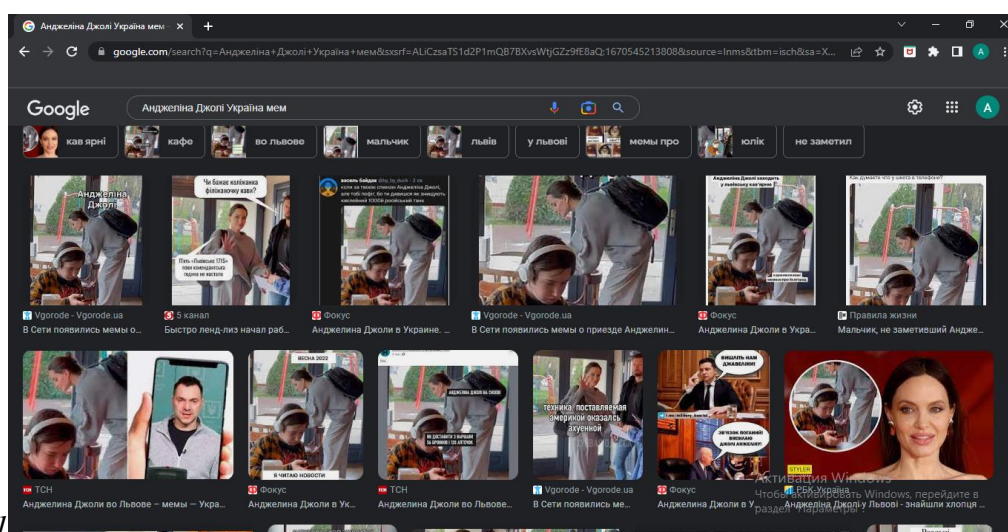
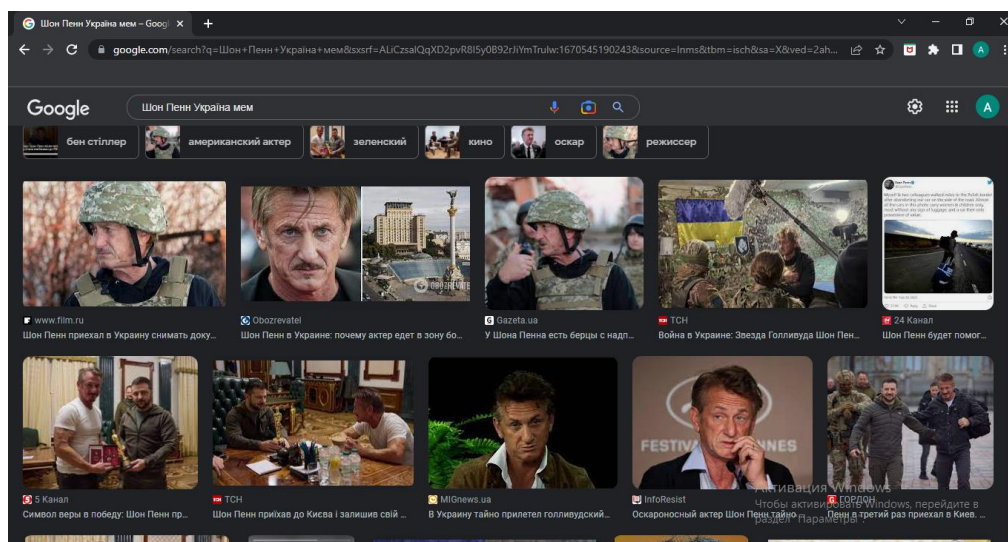


рис.1.1

рис.1.2

Як бачимо, ідентичні запити дають різні результати. Все через хлопця, який з'явився у першому відео з Анджеліною Джолі, що було знято у львівській кав'ярні. Протягом цього ролика актриса ходила по залі, дивилася меню, махала в камеру рукою, але хлопець в навушниках не звернув на це жодної уваги. Це повеселило користувачів інтернету, з'явилися картинки і жарти на цю тему, припущення, що ж було у телефоні цього парубка. Відео з оглядом залу цієї кав'ярні, хлопець у навушниках за одним зі столів ніколи б не набрало популярності. Одна Анджеліна Джолі у кадрі зібрала б велику кількість переглядів і обговорень, але ця подія не стала б настільки значущою, щоб сколихнути інтернет. Саме це поєднання, комічна ситуація яку ми бачимо на відео,

збудила до події такий інтерес. Якщо говорити простими словами, це і є мем.

Найґрунтовніше дослідження української мемовтворчості з 24-го лютого до 23-го серпня 2022-го року здійснила журналістка Ірина Драпп, цей матеріал опублікований на сайті «Texty.org.ua». Для аналізу вона зібрала з 30 телеграм-каналів 43 тисячі мемні картинки. Обиралися лише канали з аудиторією в 5000+ підписників, виключаючи відео, гіфки, стікери. Цей графік дає розуміння, під час яких соціально-політичних всплесків, або військових успіхів українське мемовтворення видавало найбільше контенту[60] (рис.1.3):

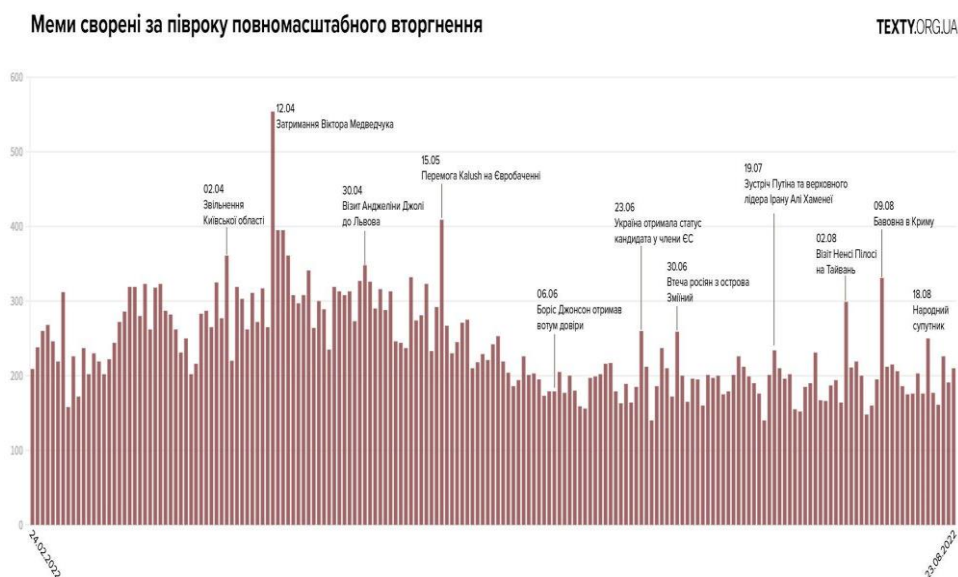


рис.1.3

Як бачимо, затримання Віктора Медведчука викликало серед українських мемовтворців більший ажітаж, ніж візит американського політика Ненсі Пелосі на острів Тайвань. Це при тому що за літаком Пелосі спостерігало одночасно 300 000 користувачів сервісу «Flightradar24»[61] (рис.1.4):

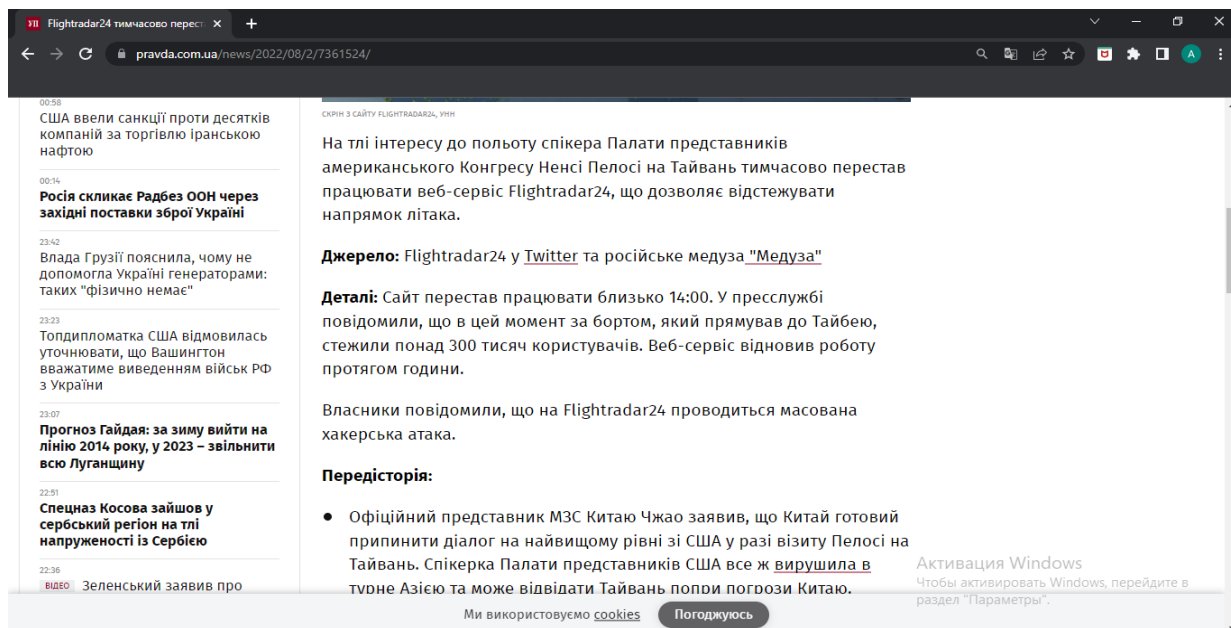


рис.1.4.

Тобто прогнозувати вибухи мемотворення дуже важко, можна прорахувати всі фактори, соціальну значущість чи актуальність тієї чи іншої події, але все це зможе дати тільки приблизне уявлення. Інтернет живе своїм життям, гостро реагує на світові події, але не завжди мейстрімом стають явища, для яких це було б логічно та органічно.

Українські мему нинішньої війни можна поділити на кілька категорій – макротем:

- військові
- політичні
- попкультурні

Ці макротемі ділимо на мікротемі. Розберемось з мікротемами докладніше, додаткові приклади дивитись в Додатку.

Військові мему

Такі мему як правило славлять українську армію, її озброєння і ключові в цій структурі особистості. Ця макротема стала дуже популярною, бо в сучасному світі ми спостерігаємо війну фактично онлайн, так чи інакше занурюємось у неї. Інтернет дає кожному можливість не тільки почитати чи послухати військового експерта, а й

самим знайти дотичні матеріали і детально розбирати їх. Середній українець 1944-го року не відрізнити радянські танки Т-34 та ІС-1, середній українець 2022-го року знає як виглядає HIMARS і для чого використовують БПЛА, хоча б в загальних рисах.

Військова макротема мемів містить мікротеми:

- *Зброя і військова техніка*

Підтримка західних союзників України дала змогу не тільки загальмувати російську агресію, а й знарядила українських мемотворців темами для жартів. На початку війни культовими стали американські ПТРК FGM-148 «Javelin» і турецькі БПЛА «Bayraktar». Сьогодні номенклатура західного озброєння зростає – зростає і номенклатура українських жартів про зброю і військову техніку.(рис.1.5)



рис.1.5

- *Військовослужбовці*

Меми цієї тематики, як правило, демонструють гордість автора за військовослужбовців України, підкреслюють чесноти, притаманні солдатам збройних сил. На український погляд нічого дивного в цьому немає, але в епоху постмодернізму і нігілізму таке масове явище можна назвати унікальним (рис.1.6).



Рис.1.6

- Волонтери

Діяльність українських волонтерів під час війни теж стала темою мемів. Про масове волонтерство відомо з 2014-го року, але суми які збирають на потреби української армії сьогодні безпрецедентні. Тому це досить розповсюджена мікротема мемів (рис.1.7).



рис.1.7

- Висміювання ЗС РФ

Для мемів цього типу характерний чорний гумор. Російських солдатів зображують недолугими, немотивованими, підкреслюються військові злочини, мародерство. Висміюється військове і політичне керівництво країни-агресора, боягузтво і безмовна покора її громадян. Ці меми умовно можна назвати «експортними» - вони покликані сіяти

невпевненість у російському інтернет-середовищі, і, в результаті, суспільстві (рис.1.8).



рис.1.8

- *Персональні*

Меми про людей, що очолюють збройні сили або військовослужбовці, які ведуть активну діяльність в медіа (рис.1.9).



Рис.1.9

Політичні:

Ця макротема складається з мемів про політиків, політичні рухи, партії. Меми цієї категорії як правило сатиричні та іронічні, але під час

війни з'явилася велика кількість компліментарних до постатей, які користуються підтримкою суспільства

Тим не менш, до макротемати політичних мемів відносимо тільки політиків, рухи і партії, популярні в суспільстві персони, що не займаються політичною діяльністю, перебувають в іншому жанрі.

- *Компліментарні*

Ця мікротема включає компліментарні меми про політиків, українських і іноземних. Як правило, в таких мемах підкреслюють певні якості характеру, особисті заслуги, чи порівнюють з кимось менш приємним для автора (рис.2.0).

Things on Earth you can see from space:



The Great Pyramids of Giza



The Amazon River



The Grand Canyon



The balls of Volodymyr Zelensky

рис.2.0

- *Сатиричні*

В цій мікротемі превалує висміювання, несмішливе ставлення до політиків, критична оцінка їх діяльності або висловлювань. Не дивлячись на однозначно сатиричне забарвлення таких мемів, вони не містять відкритої ненависті та зневаги, на відміну від мікротемати яку ми розглянемо наступною (рис.2.1).



рис.2.1

- *Хейтерські*

Такі меми містять відверту ненависть до певних політиків. Найчастіше це політичне керівництво РФ, відомі діячі країн що не визнають або підтримують агресію проти України (рис.2.2).



рис.2.2

Попкультурні:

Ця макротема найрізноманітніша. Сюди відносяться всі меми, які стосуються всіх важливих соціальних питань і тем, що активно обговорюються в Україні. Це і спортивні перемоги, великі пісенні фестивалі(в першу чергу «Євробачення»), меми які обигрують серйозне ставлення до повітряних тривог або ж нехтування ними. Волонтерські

ініціативи, відомі персони, які не здійснюють політичну діяльність(відкрити), смішні або популярні тварини, розповсюдження крилатих висловів. Все це відносимо до попкультурної макротеми українського мемомтворення.

- *Тварини*

Саме під час сучасної російсько-української війни прославився пес-сапер на ім'я Патрон. Обговорення в медіа, державна нагорода собаки і його господаря, зустрічі з іноземними політиками не могли не стати підспір'ям для появи незчисленної кількості мемів (рис.2.3).

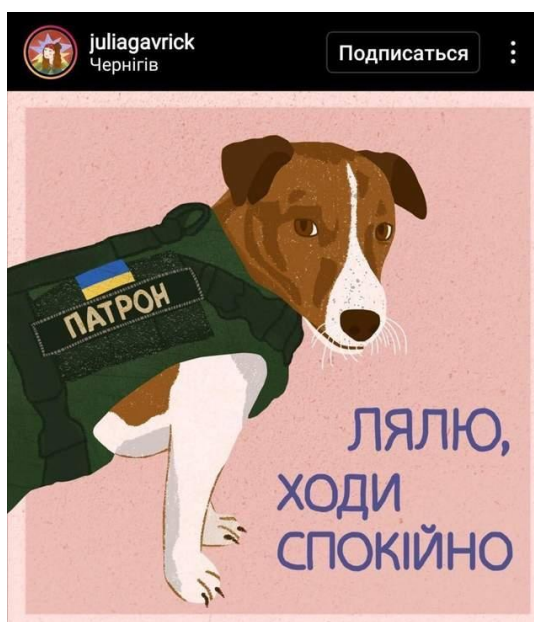


рис.2.3

- *Soft power*

Soft power (м'яка сила) – здатність держави домогтися цілей за допомогою власної культури, наукових досягнень, спортивних перемог. Все, що піднімає репутаційний рівень держави, її привабливість в очах представників інших народів світу. Такі мему – пряме продовження досягнень м'якої сили, фактично вони «увіковічують» ці досягнення (рис.2.4).



рис.2.4

- *Побутові*

Ці мему описують яким сьогодні є побут українців. Повітряні тривоги, відсутність світла, ціни, локальні події, керівництво міст і місцеві чиновники (рис.2.5).

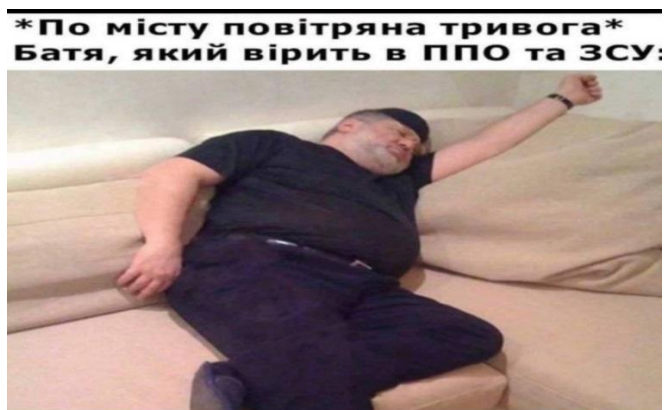


Рис. 2.5

ВИСНОВКИ

Меми неможливо відділити від людських культур так само, як ген Дослідження мемів сьогодні – така ж важлива для світових науки і культури як робота етнографа. Ми читаємо і категоризуємо культурний код сьогодні, щоб завтра науковці та історики легше розуміли наші проблеми, локальні конфлікти і світові війни. Картинка з котиком і однією невігадливою фразою дає професіоналу не менше інформації ніж глиняний глечик. Це дослідження покликає зібрати теоретичну базу інформації про меми, суміжні поняття(медіа віруси, меметика) і розібрати жанри і тематичні категорії української мемотворчості (див.табл.1):

Таблиця 1

Українські меми		
Військові	Політичні	Попкультурні
<ul style="list-style-type: none"> - <i>Зброя і техніка;</i> - <i>Військовослужбовці;</i> - <i>Волонтери;</i> - <i>Висміювання ЗС РФ;</i> - <i>Персональні;</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Компліментарні;</i> - <i>Сатиричні;</i> - <i>Хейтерські;</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Тварини;</i> - <i>Soft Power;</i> - <i>Побутові;</i>

Таким чином, нам вдалося охарактеризувати мікротеми і макротеми української мемотворчості, категоризувати їх. Результати можуть бути використані у практичній діяльності редакціями мікромедіа та соціальних мереж, які використовують контент меметики; під час викладання тематичних курсів на факультетах журналістики, ця робота може стати у

нагоді блогерам та інституціям ринку соціальних мереж, котрі прагнуть зайняти експертну нішу та просувати мемокомплекси онлайн. Охарактеризовано меметику як інформаційний складник російсько-української війни. Визначено технології і тактики мемокомплексів в концепції медіавірусів. Проаналізувано жанрову та тематичну типологію українських мемів про російсько-українську війну.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Почепцов Г. У пошуках арифметики розуму. *Детектор медіа*. 2017. URL : <https://ms.detector.media/mediaanalitika/post/20271/2017-12-24-memetycheskaya-voyna-uly-v-royskakh-aryfmetyky-razuma/> (дата звернення: 28.11.22).
2. Rushkoff. D. *Media Virus: Hidden Agendas in Popular Culture*, Ballantine Books, 1996, p. 78
3. Derek Gatherer, *Macromemetics: Towards a framework*, 1997, In: *Journal of Memetics-Evolutionary Models of Information Transmission*. 1, 1, p. 58-74.
4. Richard Dawkins, *A Devil's Chaplain*, Weidenfield and Nicolson (UK and Commonwealth), Houghton Mifflin (US). 2003.
5. Henson H. Keith Memetics and the modular-mind, *Church of virus* 1997 URL : <http://www.churchofvirus.org/bbs/index.php?board=3;action=display;threadid=29007> (дата звернення: 26.09.22).
6. Jonathan Whitty *A Memetic Paradigm of Project Management International Journal of Project Management*, 2005. URL : https://www.researchgate.net/publication/222571805_A_Memetic_Paradigm_of_Project_Management (дата звернення: 10.12.22).
7. Курбан О.В. Медіавіруси та їх використання як інформаційної зброї, *Київський університет імені Бориса Грінченка*, 2006.(дата звернення: 03.12.22).
8. Ліза Бровко Меметика у війні: як меми стають зброєю, *pressassociation*, 2022. URL : <https://pressassociation.org.ua/ua/memetika-u-vijni-yak-memi-stayut-zbro%D1%94yu/> (дата звернення: 08.11.22).
9. Olsen D. How memes are being weaponized for political propaganda. *Salon.com*. Retrieved April 12, 2019.

10. Марутян Р., Меметична зброя як інструмент війни РФ проти України, *Matrix*, 2016. URL : <https://matrix-info.com/memetychna-zbroya-yak-instrument-smyslovoyi-vijny-rf-protu-ukrayiny/> (дата звернення: 3.12.22).

11. Павлюк Л. Меми як маркери фейків і пропагандистських топиків у медійних репрезентаціях російсько-українського конфлікту, *ЛНУ ім. Івана Франка*, 2019. URL : <https://science.lpnu.ua/uk/sjs/vsi-vypusky/vypusk-3-nomer-910-2019/memy-yak-markery-feykiv-i-propagandystskyyh-topikiv-u> (дата звернення: 03.12.22).

12. Heylighen F. Evolution of memes on the network: from chain letters to global brain, *Ars Electronica Catalogue*, 1996. URL : <http://respmc1.vub.ac.be/Papers/Memesis.html> (дата звернення: 03.12.22).

13. Gabora L. M. Memes: the creative spark. *Wired*, June 1997.(дата звернення 05.12.2022).

14. Marshall G. J. The nature and culture of cyberspace. *Cybernetics and Systems*. 1998. URL : <http://respmc1.vub.ac.be/Conf/MemePap/Marshall.html> (дата звернення: 06.12.22).

15. Umpleby S. A. «Four models from cybernetics to guide our understanding of cyberspace', *Cybernetics and Systems*». *Austrian Society for Cybernetic Studies*, Vienna, 1996), pp 868-870.(дата звернення: 06.12.2022)

16. Salem P. and Gratz R., «Social development and electronic communication technologies: a comparison and contrast of developed and developing countries», *Proc. World Multiconference on Systems, Cybernetics and Informatics*, vol. 3, N. Callaos et al, 1997.(дата звернення: 05.12.22)

17. Robert Trappl (ed.) *Austrian Society for Cybernetic Studies*, Vienna, 1998. URL : https://twitter.com/operativno_ZSU/status/150689717619835699519 (дата звернення: 05.11.22).

18. Бойко І. «Збираємо на нову планету»: мережа «вибухнула» мемами про Притулу та його збір на «Байрактари». *УНІАН*. 25.06.2022. URL : <https://www.unian.ua/lite/stars/merezha-vibuhnula-memami-pro-pritulu-i-yogo-zbir-na-bayraktari-11878965.html> (дата звернення: 03.12.22).

19. Вігер С. «ЗСУ – наші котики»: добірка мемів про наших захисників до дня збройних. *I-VIN*. 06.12.2022. URL : <https://i-vin.info/news/zsu---nashi-kotiki--dobirka-memiv-pro-nashih-zahisnikiv-do-dnya-zbroynih-sil-ukrayini-%28foo%29-4216.html> (дата звернення: 10.12.22).

20. «Здрастуйте заберете свого танцюра?» тиждень зібрав деякі з улюблених мемів про російську війну проти України. *Український Тиждень*. 02.03.2022. URL : <https://tyzhden.ua/zdrastvujte-zaberjote-svoehotantsora-tyzhden-zibrav-deiaki-z-uliublenykh-memiv-pro-rosijsku-vijnu-proty-ukrainy-onovliuietsia/> (дата звернення: 04.12.22).

21. "Русню знищують лазером" – мережі рясніють мемами про Притулу і супутник. *Gazeta.ua*. 18.08.2022. URL : https://gazeta.ua/articles/politics/_rusnyu-znischuyut-lazerom-merezhi-ryasniyut-memami-pro-pritulu-i-suputnik/1106779 (дата звернення: 10.12.22).

22. [Twitter.com/generalstaffua](https://twitter.com/generalstaffua). URL : <https://twitter.com/generalstaffua/status/1469281964922445825> (дата звернення: 30.11.22).

23. Нові меми тижня: рашисти пересідають на «Москвичі», а в Україні визначилися з найпопулярнішим дівочим ім'ям. *2+2*. 22.05.2022. URL : <https://2plus2.ua/novyny/novi-memi-tizhnya-rashisti-peresidayut-na-moskvichi-a-v-ukraini-viznachilisya-z-naupopulyarnishim-divochim-imyam> (дата звернення: 05.12.22).

24. Alashkul. «Он конечно сукин сын...». *pikabu*. 00.10.2022. URL : https://pikabu.ru/story/on_konechno_sukin_syin_9531991?utm_source=linkshare&utm_medium=sharing (дата звернення: 28.11.22).

25. Євич А. «Пора умирать, Ваня. Росіяни починають тверезіти». *ГЛАВКОМ*. 21.09.2022. URL : <https://glavcom.ua/publications/pora-umirat-vanja-rosijani-rochinajut-tvereziti-876927.html> (дата звернення: 08.12.22).

26. «Россия здесь до ноября, генерал Армагеддец, запрет буквы «й»: шутки и мемы недели». *БРЕСТСКАЯ ГАЗЕТА*. 12.11.2022. URL : <https://www.b-g.by/society/rossiya-zdes-do-noyabrya-general-armageddec-zapret-bukvyi-shutki-i-memyi-nedeli/> (дата звернення: 21.11.22).

27. 1 квітня 2022: сміємося та перемагаємо. Найкращі меми про війну. *ГАРД.City*. 01.04.2022. URL : <https://thegard.city/articles/203876/1-kvitnya-2022-smiemo-sya-ta-peremagaemo> (дата звернення: 26.11.22).

28. Ковальчук К. «Залужний додзвонився до путіна»: пожежа на Кримському мосту – Мережу завалили мемами. *СТЕНА*. 08.12.2022. URL : <https://dengi.ukrainianwall.com/uk/93802-zaluzhniy-dodzvonivsvya-do-putina-rozhezha-na-krimskomu-mostu-merezhu-zavalili-memami> (дата звернення: 27.11.22).

29. «Найщасливіший момент в житті українця – спіймати москаля»: свіжа підбірка мемів. 2+2. 05.03.2022. URL : <https://2plus2.ua/novyny/nayschaslivishiy-moment-v-zhitti-ukraincyu-spiymati-moskalya-svizha-pidbirka-memiv> (дата звернення: 03.12.22).

30. "Славетний син українського народу": меми про Бориса Джонсона . *ДИВОГЛЯД*. 11.04.2022. URL : <https://www.5.ua/dv/fotogalereja/274149> (дата звернення: 07.12.22).

31. Горбик В. Зустрілись якось француз, німець та італієць. Добірка мемів про візит Макрона, Шольца, Драгі та Йоханніса до Києва. *Dev.ua*. 16.06.2022. URL : <https://dev.ua/news/memy-pro-tryoh> (дата звернення: 29.11.22).

32. Не встигло тріо Шольца, Макрона та Драги приїхати в Україну, як уже стало героєм мемів. *Одеське Життя*. 16.06.2022. URL :

<https://odessa-life.od.ua/uk/news-uk/ne-vstiglo-trio-sholca-makrona-ta-dragi-priihati-v-ukrainu-jak-uzhe-stalo-geroiem-memov> (дата звернення: 25.11.22).

33. Як у соцмережах висміяли прес-марафон Зеленського: добірка найкращих мемів. *Новое Издание*. 26.11.2022. URL : <https://novoiezdanie.com/kak-v-soczsetyah-vysmeyali-press-marafon-zelenskogo-podborka-luchshih-memov/> (дата звернення: 06.12.22).

34. Ярличенко К. З днем бавовни: как в соцсетях «поздравили» кремлевского диктатора. *ВІДКРИТИЙ*. 07.10.2022. URL : <https://opentv.media/z-dnem-bavovni-kak-v-sotssetyah-pozdravili-kremlevskogo-diktatora> (дата звернення: 29.11.22).

35. Панасюк В. «Бажаємо горіти в пеклі»: українці вітають путіна із 70-річчям. *МЕТА*. 07.10.2022. URL : <https://meta.ua/uk/news/kurezi/56631-bazhaemo-goriti-v-pekli-ukrayintsi-vitayut-putina-iz-70richchyam/> (дата звернення: 09.12.22).

36. Самарук Т. Меми війни. Під які жарти ми переможемо у битві за Незалежність. *РБК-Україна*. 24.08.2022. URL : <https://www.rbc.ua/ukr/styler/memy-voynu-kakie-shutki-pobedim-bitve-nezavisimost-1661176165.html> (дата звернення: 23.11.22).

37. Як в Україні жартують з російської пропаганди та пишаються своїми захисниками. *ДРОГОБИЧ.City*. 27.03.2022. URL : <https://drohobych.city/blogs/201347/yak-v-ukraini-zhartuyut-z-rosijskoi-propagandi-ta-pishayutsya-svoimi-zahisnikami> (дата звернення: 04.12.22).

38. Кривец Н. Пес Патрон. *Memepedia* 06.06.2022 URL : https://memepedia.ru/pes-patron/#post-gallery-80e750_5 (дата звернення: 28.11.22).

39. Грисюк Д. «Наївся і спить». Добірка мемів про пса Патрона, який отримав нагороду від Зеленського, погавкав на Трюдо та заснув на брифінгу. *Новини України та Світу – НВ*. 09.05.2022. URL :

<https://nv.ua/ukr/lifestyle/patron-zasnuv-na-brifingu-memi-pro-sobachku-dsns-video-smishni-kartinki-50240629.html> (дата звернення: 08.12.22).

40. Кацаєва Ю. «Я покажу тобі справжню казку»: популярний кіт Степан звернувся до Брітні Спірс. *tochka.net*. 06.12.2022. URL : <https://glamurchik.tochka.net/ua/276244-ya-pokazhu-tebe-nastoyashchuyu-skazku-populyarnuyu-kot-stepan-obratilsya-k-britni-spirs/> (дата звернення: 02.12.22).

41. Грисюк Д. Amnesty International. Реакція українців на звинувачення ЗСУ з боку правозахисної організації. *Новини України та Світу – НВ*. 05.08.2022. URL : <https://nv.ua/ukr/lifestyle/amnesty-international-merezha-oburena-skandalnim-zvitom-foto-memi-novini-ukrajini-50261182.html> (дата звернення: 03.12.22).

42. Тітов Н. Одна перемога є, незабаром - головна: соцмережі - про виступ Kalush Orchestra на Євробаченні. *УКРІНФОРМ*. 15.05.2022. URL : <https://www.ukrinform.ua/rubric-culture/3483792-odna-peremoga-e-nezabarom-golovna-ak-socmerezhi-reaguut-na-peremogu-kalush-orchestra-na-evrobacenni.html> (дата звернення: 20.11.22).

43. Фролов Б. Олександр Усик переміг Ентоні Джошуа, захистивши абсолютний статус чемпіона: попереду Тайсон Ф'юрі. *Знай.UA*. 21.08.2022. URL : <https://sport.znaj.ua/435695-oleksandr-usik-zahistiv-absolyutniy-status-chempiona-znishchivshi-entoni-dzhoshua-poperedu-tayson-f-yuri> (дата звернення: 05.12.22).

44. Барабан А. «Найкраще, бо без росії»: смішні анекдоти про Євробачення і не тільки. *TELEGRAF*. 16.05.2022. URL : <https://telegraf.com.ua/ukr/anedots/2022-05-16/5705236-luchshee-potomu-chto-bez-rossii-smeshnye-anekdoty-o-evrovidenii-i-ne-tolko> (дата звернення: 28.11.22).

45. Батько наш Бандера, Стефанія - мати: яскраві меми про перемогу Kalush Orchestra на «Євробаченні-2022». *ТСН*. 15.05.2022. URL :

<https://tsn.ua/ukrayina/putin-prokinuvsvya-a-ukrayina-peremogla-yaskravi-memi-pro-peremogu-kalush-orchestra-na-yevrobachenni-2022-2062735.html>
(дата звернення: 07.12.22).

46. Гранатова К. Мемний фронт. Як у мережі жартують з приводу надокучливих сповіщень про повітряну тривогу (фото). *CHAS.NEWS*. 17.03.2022. URL : <https://chas.news/news/memnii-front-yak-u-merezhi-zhartuyut-z-privodu-nadokuchlivih-spovischen-pro-povitryanu-trivogu-foto>
(дата звернення: 04.12.22).

47. Great words. URL : <https://ms-my.facebook.com/great.words.ua/posts/d41d8cd9/1149513465651280/> (дата звернення: 12.11.22).

48. Збірник українських анекдотів. *R*. 02.05.2022. URL : <https://rozdil.lviv.ua/anekdot/index.php?p=3> (дата звернення: 05.12.22).

49. Маранчак М. Мемі війни: як і про що жартують українські рітейлери під час воєнного стану. *RAU*. 07.05.2022. URL : <https://rau.ua/novyni/memi-vijni/> (дата звернення: 01.12.22).

50. Як в Україні жартують з російської пропаганди та пишаються своїми захисниками. *ДРОГОБИЧ.City*. 27.03.2022. URL : <https://drohobych.city/blogs/201347/yak-v-ukraini-zhartuyut-z-rosijskoi-propagandi-ta-pishayutsya-svoimi-zahisnikami> (дата звернення: 02.12.22).

51. Dawkins R. *The Selfish Gene*, Oxford University Press, p.192, 2006. URL : <https://ia902708.us.archive.org/11/items/pdfy-RHEZa8riPwBuUyrV/The%20Selfish%20Gene.pdf> (дата звернення: 26.11.22).

52. Dawkins R. *The Selfish Gene*, Oxford University Press, p. 330, 1989. URL : <https://www.abebooks.com/9780192860927/Selfish-Gene-Popular-Science-Richard-0192860925/plp> (дата звернення: 04.11.22).

53. Brodie R. Virus of the mind, *Hay House Inc.*; Reissue edition, 2011. URL : <https://www.pdfdrive.com/virus-of-the-mind-the-new-science-of-the-meme-richard-brodie-e18836624.html> (дата звернення: 30.11.22).

54. James Gleick. What Defines a meme. *Smithsonian Magazine*. 2011. URL : <https://www.smithsonianmag.com/arts-culture/What-Defines-a-Meme.html/?c=y&page=1> (дата звернення: 07.12.22).

55. Менегетті А. Онтологія і меметика. *Psicologica editrice*, 2002. URL : <https://www.litmir.me/br/?b=635867&p=1> (

56. Blackmore S. The Meme Machine. *Oxford and New York, Oxford University Press*, Hardback ISBN 0-19-850365-2. 2000 Paperback ISBN 0-19-286212.

57. Ritt N. Selfish Sounds and Linguistic Evolution. *Cambridge University Press*. 2004. URL : <https://www.cambridge.org/core/books/selfish-sounds-and-linguistic-evolution/8DF40A3299A479099FFC195D42DFDC09#fndtn-information> (дата звернення 07.12.22)

58. Листюк С. Інформаційна війна усіх з усіма. *Перша електронна газета*. 2016. URL : <https://persha.kr.ua/article/68879-informatsijna-vijna-usih-z-usima-moment-istini/> (дата звернення 01.12.22)

59. Сайт Flightradar24 перестав працювати під час польоту Пелосі у бік Тайваню. *УКРАЇНСЬКА ПРАВДА*. 02.08.2022. URL : <https://www.pravda.com.ua/news/2022/08/2/7361524/> (дата звернення: 12.11.22).

60. Драпп І. “Хаймарси”, Медведчук і котики. Типологія українських мемів про війну. *TEXTY.ORG.UA*. 05.10.2022. URL : <https://texty.org.ua/articles/107856/khajmarsy-medvedchuk-i-kotyky-typolohija-memiv-pro-vijnu/> (дата звернення: 22.11.22).

Додаток

Зброя і техніка



Військовослужбовці



Волонтери

**Я НЕ ЗРОЗУМІВ. ЗВІДКИ НА ПОЗИЦІЇ У НАС
З'ЯВИЛАСЯ АТОМНА БОМБА?**



**ВОЛОНТЕРИ ПРИВЕЗЛИ ГРЕЧКУ З ЦИГАРКАМИ.
НУ І ЦЕ ДЕСЬ ДІСТАЛИ**



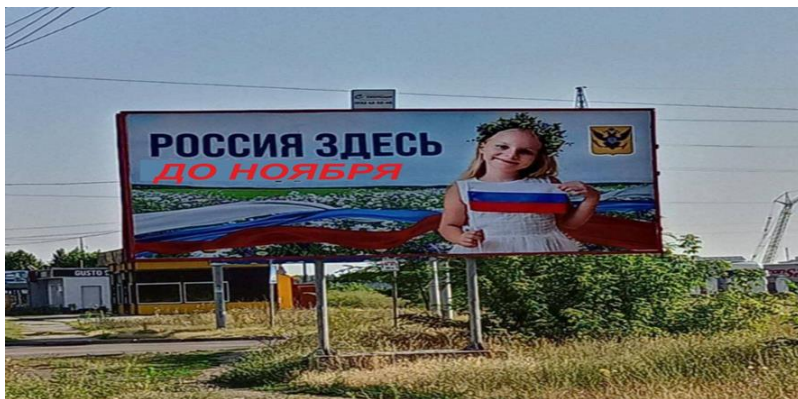
Хтось: питає де Україна візьме гроші на проведення Євробачення
Волонтери, які за пару годин вже зібрали третью необхідної суми:

[Перевести твіт](#)



Висміювання ЗС РФ





Персональні



Компліментарні



Сатиричні



Ben Black @ben_black_kyiv · 11 год
#Макрон і #Шольц з візитом в #Україні
#Зеленський зустрічає
#росія вже привітала запусками ракет.



Президент Володимир Зеленський 26 листопада проведе марафон зі спілкування з журналістами. На "марафон" запрошені представники 30 засобів масової інформації. Попередній список:



Хейтерські





Баба і кіт

Сторінка «Сатира» · 6 д. · 🌐

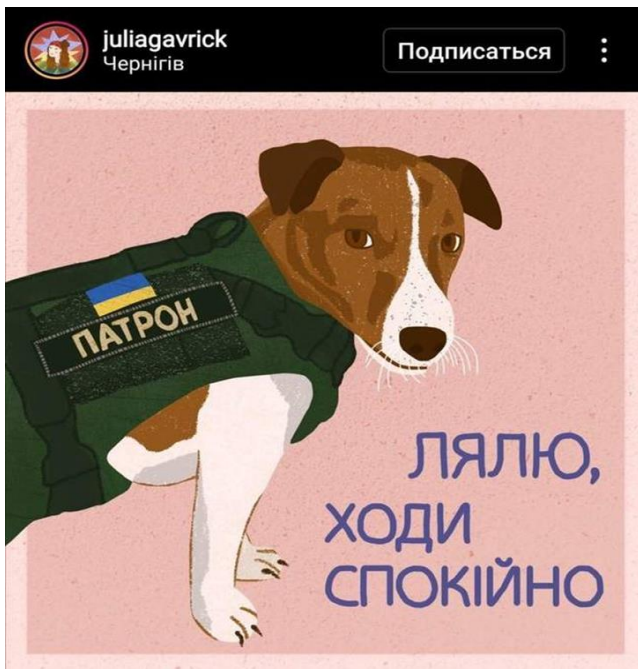


Видно, на раше десь є фабрика, яка їх виробляє

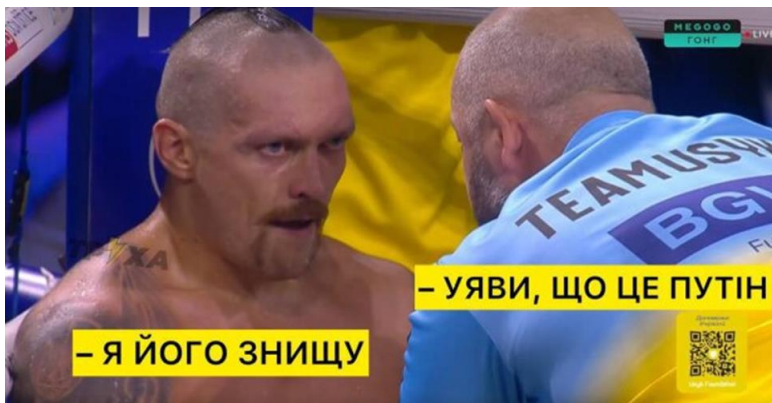


Тварини



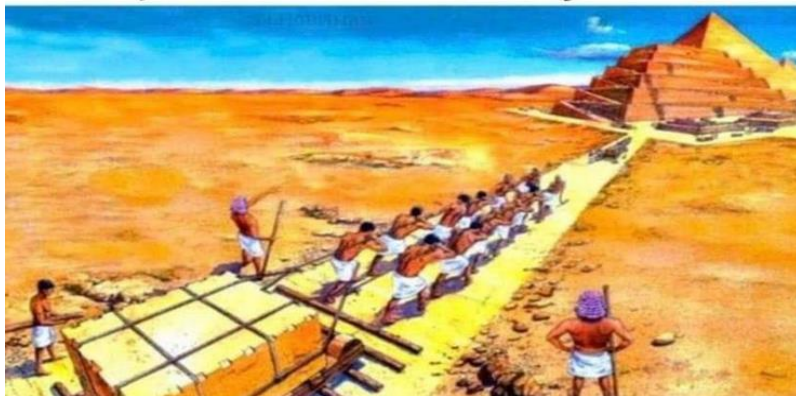


Soft Power





Полонені росіяни будують новий концертний зал для Євробачення-2023 у Ялті



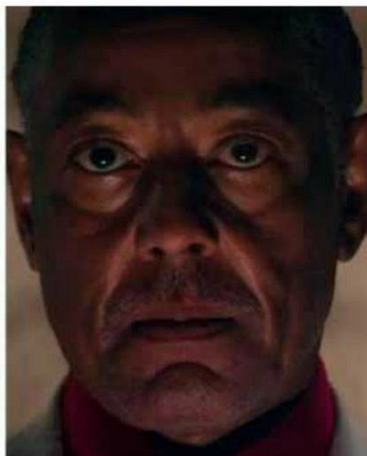
Побутові

По місту повітряна тривога
Батя, який вірить в ППО та ЗСУ:



Коли не знайшов
свій будинок у
переліку
віялових
відключень

Але все
одно світло
ВІДКЛЮЧИЛИ



SUMMARY

Memes cannot be separated from human cultures in the same way as a gene. The study of memes today is as important to world science and culture as the work of an ethnographer. We read and categorize the cultural code today so that tomorrow scholars and historians can more easily understand our problems, local conflicts and world wars. A picture with a cat and one simple phrase gives a professional no less information than a clay jug. This study is designed to collect a theoretical base of information about memes, related concepts (media viruses, memetics) and to analyze the genres and thematic categories of Ukrainian meme creation. Thus, we managed to characterize the micro- and macro-topics of Ukrainian meme-making and categorize them. The results can be used in practical activities by editorial offices of micromedia and social networks that use memetic content; while teaching thematic courses in journalism faculties, this work can be useful for bloggers and institutions of the social network market who seek to occupy an expert niche and promote meme complexes online.

Memetics is characterized as an informational component of the Russian-Ukrainian war. Technologies and tactics of memo complexes in the concept of media viruses are defined. Analyzing the genre and thematic typology of Ukrainian memes about the Russian-Ukrainian war.

**Декларація академічної доброчесності
здобувача ступеня вищої освіти ЗНУ**

Я, Бурлаков Антон Олегович, студент II курсу, форми навчання денної, факультету журналістики, спеціальність 061журналістика, ОПП журналістика, адреса електронної пошти burlakov.ant@gmail.com,

- підтверджую, що написана мною кваліфікаційна робота на тему «Меми як маркери репрезентації російсько-української війни в мікромедіа та соціальних мережах» відповідає вимогам академічної доброчесності та не містить порушень, що визначені у ст. 42 Закону України «Про освіту», зі змістом яких ознайомлений/ознайомлена;

- заявляю, що надана мною для перевірки електронна версія роботи є ідентичною її друкованій версії;

- згоден на перевірку моєї роботи на відповідність критеріям академічної доброчесності у будь-який спосіб, у тому числі за допомогою інтернет-системи а також на архівування моєї роботи в базі даних цієї системи.

Дата _____ Підпис _____ ПІБ(студент) _____

Дата _____ Підпис _____ ПІБ(науковий керівник) _____