

УДК 070.449.8:004.77]:355.01:[316.774:004

Інтернет-меми як інструмент інформаційної війни

Актуальність теми дослідження полягає в необхідності аналізу сучасних українських інтернет-мемів, які виникли під час російсько-української війни. Важливість мемів зумовлена не лише тим, що вони віддзеркалюють особливості менталітету, світоглядні цінності й орієнтири, громадську думку тощо, а й тому, що у кризових умовах вони є потужним знаряддям інформаційної війни. Мета роботи полягає у дослідженні українських інтернет-мемів часів війни. Наукове осмислення меметики є багатоаспектним. Учені досліджують сутність феномену, структуру мемів, їх функціонування, жанрово-тематичну специфіку тощо. Аналіз класифікацій інтернет-мемів показав, що існують два основних підходи: меми поділяються за формою (форматом) та за комунікативною метою (стратегією або функцією). Осмислення різних класифікацій в аспекті дослідження дозволило поділити інтернет-меми на три типи, що різняться за функцією і змістом, а саме: меми, спрямовані на дискредитацію та висміювання ворога; меми трансляції цінностей і підтримки морального духу; меми, що спрямовані на героїзацію певної особистості. Такий поділ дозволяє виявити функціональні особливості мемів часів війни. Обґрунтовано, що всі проаналізовані меми належать до продуктивного стилю і найчастіше репрезентують копінг-стратегії обмірковування проблеми, пошуку шляхів її вирішення, позитивної налаштованості та оптимістичної установки. Навіть ті меми, що спрямовані на дискредитацію ворога і в силу цього можуть мати деструктивні інтенції, як правило, демонструють належність до продуктивного стилю. З'ясовано, що у проаналізованих мемах використано різноманітні засоби виразності, наприклад, антитеза і каламбур. Залучено історичні алюзії, ремінісценції з популярних кінострічок, біблійні образи, образи масової культури тощо.

Ключові слова: мем, інформаційна війна, функція дискредитації та висміювання ворога, функція трансляції цінностей, функція героїзації.

Ксенія СІЗОВА

д-р філол. н., проф.

Кременчуцький національний
університет імені Михайла
Остроградського

вул. Університетська, 20,
39600, Кременчук, Україна

sizovax@gmail.com

ORCID 0000-0002-3269-6343

Віта ХМІЛЬ-ЧУПРИНА

канд. н. із соц. комунік.

Кременчуцький національний
університет імені Михайла
Остроградського

вул. Університетська, 20,
39600, Кременчук, Україна

hmlchuprinavita@gmail.com

ORCID 0000-0002-2466-5352

Антон ВОРОБІЙОВ

асист.

Кременчуцький національний
університет імені Михайла
Остроградського

вул. Університетська, 20,
39600, Кременчук, Україна

notanvorobiov@gmail.com

ORCID 0009-0002-6489-8991

© СізоваК., Хміль-ЧупринаВ.,
ВоробійовА., 2024

INTERNET MEMES AS AN INFORMATION WARFARE TOOL

Ksenia SIZOVA

Doctor of Philology, Professor
Kremenchuk Mykhailo Ostrohradskyi National University
20, University St., 39600, Kremenchuk, Ukraine
sizovax@gmail.com
ORCID 0000-0002-3269-6343

Vita KHMIL-CHUPRYNA

PhD in Social Communications
Kremenchuk Mykhailo Ostrohradskyi National University
20, University St., 39600, Kremenchuk, Ukraine
hmilchuprinavita@gmail.com
ORCID 0000-0002-2466-5352

Anton VOROBIOV

Assistant
Kremenchuk Mykhailo Ostrohradskyi National University
20, University St., 39600, Kremenchuk, Ukraine
e-mail: notanvorobiov@gmail.com
ORCID 0009-0002-6489-8991

The relevance of the research topic lies in the need to analyse contemporary Ukrainian Internet memes that emerged during the Russian-Ukrainian war. Memes are important not only because they reflect the peculiarities of mentality, worldview values and guidelines, public opinion, etc., but also because they are a powerful tool of information warfare in a crisis. The purpose of the paper is to study Ukrainian Internet memes of wartime. To solve the tasks set and achieve the purpose, a complex of research methods was used: theoretical – to clarify the state of the problem development, define the conceptual and categorical apparatus; generalisation and systematisation of scientific provisions; special – content analysis – to study media content. The researchers study the phenomenon essence, memes structure, their functioning, genre and thematic specificity, etc. The analysis of Internet memes classifications has shown two main approaches: memes are divided by form (format) and communicative purpose (strategy or function). Comprehension of various classifications in the context of the study allowed us to divide Internet memes into three types that differ in function and content, namely: memes aimed at discrediting and ridiculing the enemy; memes of broadcasting values and supporting morale; memes aimed at glorifying a certain person. This division allows us to identify the functional features of wartime memes. It is proved that all the analysed memes belong to the productive style and most often represent the coping strategies of thinking about the problem, finding ways to solve it, positive attitude and optimistic attitude. Even those memes that are aimed at discrediting the enemy and, therefore, may have destructive intentions tend to be part of the productive style. It is found that the analysed memes use various means of expression, such as antithesis and pun. Historical allusions, reminiscences from popular films, biblical images, images of mass culture, etc., are involved.

Keywords: meme, information warfare, function of discrediting and ridiculing the enemy, function of broadcasting values, function of heroisation.

Актуальність проблеми

Актуальність теми дослідження полягає в необхідності аналізу сучасних українських інтернет-мемів, які виникли під час російсько-української війни. Важливість мемів зумовлена не лише тим, що вони віддзеркалюють особливості менталітету, світоглядні цінності й орієнтири, громадську думку тощо, а й тому, що в кризових умовах вони є потужним зняряддям інформаційної війни.

Постановка проблеми

Українські інтернет-меми часів війни потребують комплексного осмислення в аспекті специфіки змісту й функцій. Матеріалом дослідження стали інтернет-меми часів війни (Карташова, 2023; Котубей і Морі, 2023) загальною кількістю 94 одиниці.

Стан вивчення проблеми

Теоретичною основою дослідження є положення сучасної української та зарубіжної теорії й практики соціальних комунікацій. Знакову природу мему проаналізовано в працях С. Каніцаро (Cannizzaro, 2016), К. Кастаньо (Castaño, 2013), Н. Девіса (Davis, 2017), Л. Шифмана (Shifman, 2014). Інтернет-мем як культурний феномен та ознаку інформаційного суспільства досліджують І. Окул (2018), Т. Пода (2017). Специфіку мему як інструмента інформаційної війни розкривають праці О. Журавської (Zhuravska, 2022), О. Запорожця та Н. Белоусової (2022), Л. Смоли (2019).

Невирішені питання. Однак інтернет-меми, які виникли після початку повномасштабної війни, потребують осмислення й систематизації, адже вони віддзеркалюють настрої суспільства, його реакцію на трагічні події.

Завдання статті. Для досягнення поставленої мети необхідно:

- вивчити стан дослідження обраної теми, проаналізувати сучасну наукову літературу з досліджуваної проблеми;
- розглянути наукові класифікації інтернет-мемів;
- проаналізувати українські інтернет-меми воєнної тематики в змістовому та функціональному аспектах.

Виклад основного матеріалу

Мем визначається в сучасній науці про соціальні комунікації як структурна одиниця значимої соціокультурної інформації.

Термін «мем» залучив до наукового обігу Р. Докінз. Він утворив слово від грецької лексеми «μίμημα», що означає «схожість, повторення». У дослідженні, присвяченому науковій розвідці Р. Докінза «The Selfish Gene», Н. Девіс (Davis, 2017) зазначає, що Р. Докінс стверджував, що мем подібний до гена, адже він також здатний до реплікації.

До основних властивостей мему належать здатності видозмінюватись, еволюціонувати, адаптуватися та перетворюватись. С. Чемеркін (2015) як основні ознаки інтернет-мему визначає відтворюваність, єдність компонентів, їхню неподільність і цілісність, що створює вислів, зворот, текст. Учений проводить паралель між мемом і такими мовними одиницями, як фразеологізм і паремія.

Здатність до відтворення є найважливішою ознакою мему. Ф. Хейліген (Heylighen, 1998) стверджує, що реплікація мему є процесом, який проходить чотири етапи: засвоєння, збереження, вираження та передачу. Учений виділяє об'єктивні, суб'єктивні та інтерсуб'єктивні критерії відбору мемів.

У процесі поширення мему важливу роль відіграє, на думку Т. Поди (2017), емоційна забарвленість. Учена кваліфікує меми як метамову, підкреслює їхню інтертекстуальність та інтермедіальність. Також Т. Пода (2017) підкреслює співтворчість реципієнтів, тобто інтерактивність мемів як різновиду соціокультурної інформації, визначаючи це як ознаку постмодерного дискурсу.

І. Мілосавлевич (Milosavljević, 2020) пропонує розглядати меми як нову форму спілкування, притаманну сучасності. Дослідник підкреслює, що меми не мають остаточної форми й продовжують розвиватися та трансформуватися залежно від того, хто їх використовує. Величезна кількість мемів має свої особливості в кожній конкретній культурі, а іноді меми є занадто специфічними, зрозумілими лише певній спільноті, яка створила їх, і тому ними не можна поділитися.

С. Каніцаро (Cannizzaro, 2016) досліджує меми як феномен діджиталізованої культури. На думку дослідниці, підтримуючи точну та дискурсивну структуру для інтернет-мемів, семіотичні прочитання переконфігурують сучасні формулювання відповідно до усталеної концепції мемів. Отже, інтернет-меми можна й потрібно розглядати як знакові системи, що викликають звичку та запускають процеси, які містять асиметричні варіації.

І. Окул (2018) фокусує увагу на структурі мему. Дослідник стверджує, що мем має двоїсту структуру: постійну форму (формулу) та змінну. Водночас зміст кожного конкретного випадку вживання мему визначається співвідношенням цих двох форм.

Українська наука вже приступила до осмислення й інтерпретації мемів, які виникли після початку російсько-української війни й мають воєнну тематику. За минулий рік вийшло декілька наукових розвідок, присвячених мемам воєнного часу. Серед них варто виділити ґрунтовну працю О. Запорожця і Н. Белоусової (2022), в якій досліджено вербальні інтернет-меми. У результаті аналізу автори доходять висновку про те, що українські інтернет-меми не є агресивними. Здебільшого їм притаманна іронія й самоіронія, що є відображенням

таких рис української нації, як зрілість, мудрість, миролюбність, толерантність та стійкість.

Наукова розвідка О. Журавської (Zhuravska, 2022) досліджує природу мемів на прикладі одного, але дуже поширеного мему, що виник на початку війни, «Русській военний корабль». Мем має велику кількість варіацій. Учена здійснює аналіз символічної природи й культурних кодів різноманітних модифікацій мему, його ролі в творенні й розвитку новітніх медійних дискурсів; визначає тенденції щодо його використання в публікаціях мас-медіа.

Отже, наукове осмислення меметики є багатоаспектним. Учені досліджують сутність феномену, структуру мемів, їхнє функціонування, жанрово-тематичну специфіку тощо.

Типологічні дослідження мемів як комунікаційного феномену презентують різні підходи до явища.

Так, К. Кастаньо (Castaño, 2013) пропонує дихотомічний поділ: мем-ген і мем-вірус. Згідно з поглядами вченого, який екстраполює концептуальний апарат еволюційної біології на розуміння сутності культури, меми є засобом культурної експансії. Меми-гени є життєстверджувальними й сприяють розвитку культури, а меми-віруси є деструктивними й призводять до деградації.

В українській теоретичній думці одна з перших класифікацій мемів зроблена О. Черніковою (2015). Класифікація має в основі поділу формат. Авторка поділяє меми на:

- 1) вербальні;
- 2) невербальні (візуальні, аудіальні, жестові);
- 3) комплексні (поєднання двох чи більше типів).

Більшою ґрунтовністю вирізняється класифікація мемів, розроблена О. Дзюбіною (2016). Дослідниця також пропонує поділяти меми за критерієм формату (текстового чи текстиво-візуального), в результаті чого створює таку класифікацію:

1) Суто текстові меми: меми-слова (наприклад, *бавовна*); меми-словосполучення (наприклад, *диванні війська*); меми-вирази (наприклад, *Доброго вечора, ми з України*);

- 2) Креолізовані або змішані меми (картинка та підпис).

Класифікація є досить логічною, хоча не враховує надзвичайно популярний зараз формат відеомему.

К. Соседко (2019) модифікує цю класифікацію, поділяючи креолізовані меми, як і тестові, на меми-слова, меми-словосполучення, фразові меми.

Л. Карамушка і Ю. Снігур (2020) будують власну типологію мемів, ґрунтуючись не на формі, а на комунікативній меті та психологічній стратегії. Вони виділяють 18 комунікативних стратегій копінг-поведінки (керування стресом), які утворюють три стилі.

Перший стиль спрямований на продуктивне подолання проблем. Другий стиль, який дослідниці називають проміжним, орієнтований на отримання соціальної підтримки. Третій стиль дослідниці кваліфікують як протилежний продуктивному, називаючи його непродуктивним. Він не спрямований на вирішення проблеми (Карамушка & Снігур, 2020).

Аналізуючи меми воєнного часу за цією класифікацією, К. Мілютина й Н. Садівнича (2022) роблять висновок про те, що серед українських мемів переважають меми з конструктивними копінг-стратегіями. Також широко використовується мотив пошуку підтримки та відновлення емоційної рівноваги. Дослідниці стверджують, що непродуктивні стратегії невластиві українській меметиці часів війни.

Є. Бровко (2023) класифікує інтернет-меми воєнної тематики за комунікативною функцією. На її думку, за часів війни українці використовують меми переважно з такими функціями:

- 1) висміювання й деморалізація ворога;
- 2) підтримка морального духу «своїх»;
- 3) ідеалізація особистості.

Ці комунікативні функції корелюють з продуктивним та проміжним стилями за класифікацією Л. Карамушки та Ю. Снігур (2020).

Отже, існують два основні різновиди класифікації інтернет-мемів: за формою та за комунікативною метою (стратегія або функція).

Зазначимо, що через прикладний характер класифікація Є. Бровко (2023) була обрана як основна для аналізу інтернет-мемів у нашому дослідженні.

Меми дискредитації та висміювання ворога спрямовані на те, щоб показати ворога не страшним, а смішним, щоб підсилити впевненість українців у власних силах.

На рис. 1 подано візуальний інтернет-мем, який висміює ворожу армію, сила якої виявилася міфічною й не пройшла перевірку реальними подіями. Мем має в основі реальну подію — потоплення крейсера «Москва», флагмана російського воєнно-морського флоту, українськими військами.

Мем містить елементи інтертекстуальності, адже він відсилає до іншого популярного мему «Рускій воєнний корабль».

Мем побудовано на протиставленні; в його основі лежать опозиції «великий — малий», «мілітаристський — мирний», «безсилий — сильний». Ворог представлений в образі велетенського корабля з великою пробоїною в борті. Цього монстра витягує на берег маленький трактор. Ворог виявляється безсилим перед невеличкою беззбройною машиною, чиє призначення суто мирне — орати землю та збирати врожай.

Рис. 1. Мем, побудований на протиставленні (Слава Україні Героям Слава Україна понад Усе, 2022)



Варто також звернути увагу на майстерне використання колористики. Домінантна кольорова гама — це кольори українського державного прапора, який, до речі, теж присутній на картинці.

Головна ідея мему — російська армія не може протистояти українській, її міцність фейкова. Вона схожа на цей велетенський зруйнований корабель. Мем легко запам'ятовується, його символіка зрозуміла всім і не потребує тлумачення.

Мем репрезентує продуктивний стиль, його копінг-стратегії — зосередження на продуктивній праці з метою вирішення проблеми, позитивний настрій і оптимістична установка.



Рис. 2. Мем з історичною алюзією (Добірка мемів, присвячених війні, 2023)



Рис. 3. Мем, побудований на каламбурі (Корольова, 2022)

На рис. 2 подано мем, який показує, як полонені росіяни рабською працею відшкодовують завдані під час повномасштабного вторгнення збитки.

Полонені вороги представлені в образі давньоєгипетських рабів, які будують піраміду. Підпис пояснює, що це буде концертна зала для проведення Євробачення в Ялті. Ворог показаний переможеним і нестрашним. В аспекті кольору мем, як і попередній, виконано в гамі державного прапора. Головна ідея мему — ми обов'язково переможемо, звільнимо всі території (особливо Крим) і змусимо ворога відбудувати те, що він зруйнував. Мем репрезентує продуктивний стиль, його копінг-стратегії — позитивний настрій і оптимістична установка.

На рис. 3 подано мем, що побудований на прийомі каламбуру.

На тлі кадру з кінострічки про Гаррі Поттера розгортається діалог між головними героями. Гумор побудовано на грі слів «по-зміїному» (тобто мовою змії) та «по Зміїному» (тобто з приводу острова Зміїний). Острів Зміїний у Чорному морі було героїчно звільнено українськими військовими в 2022 році. Гаррі Поттер відповідає з приводу Зміїного вже згадуваним мемом про «руській» корабель. Мем висміює воєнну поразку ворогів.

Мем репрезентує продуктивний стиль, його допінг-стратегія, так само, як і в попереднього, — позитивний настрій і оптимістична установка.

Отже, меми, спрямовані на дискредитацію та висміювання ворога, незважаючи на те, що їхня функція може зумовлювати деструктивну інтенцію, належать здебільшого до продуктивного стилю й репрезентують копінг-стратегії обмірковування проблеми, пошуку шляхів її вирішення, позитивної налаштованості та оптимістичної установки.

У табл. 1 подано порівняльну характеристику образу ворога й образу українця, репрезентовану в мемах цього типу.

Таблиця 1

Образи ворога й українця в мемах
дискредитації та висміювання ворога

№	Образ ворога	Образ українця
1.	великий за розміром, але слабкий	маленький, але сильний
2.	мілітарист	мирний, землероб
3.	потрапляє в полон і готовий працювати, як раб	змусить ворога відновити зруйноване
4.	терпить поразки	перемагає
5.	нещирий	щирий

У мемах використано різноманітні засоби виразності, наприклад, антитезу й каламбур. Залучено історичні алюзії, ремінісценції з популярних кінострічок.

Меми трансляції цінностей і підтримки морального духу мають на меті підтримати пересічних українців, допомогти зберегти спокій у кризових умовах, вселити в них впевненість. Такі меми демонструють зразки поведінки, транслюють норми й цінності. Гумор є найкращим інструментом у цьому процесі.

Меми цього типу малюють образ українця, підкреслюючи, що це звичайна людина, яка, опинившись у незвичайних обставинах, демонструє сміливість, впевненість, мужність, рішучість, а іноді й завзятість, здатність на подвиги й жертвність.

На рис. 5 представлено мем, у якому підкреслюється те, що захисники України не міфічні супергерої, а звичайні люди, які демонструють подвиги значно вищого ступеня героїзму. Мем, як і попередній, складається з двох частин: перша — це кадр з популярної кінострічки



Рис. 5. Мем про героїзм звичайних людей, які вступили до ЗСУ (Корольова, 2022)



Рис. 6. Мем про зміни, які відбуваються з чоловіками внаслідок війни (Воєнний стан в Україні, 2018)

«Месники», а друга — фотографія реального воїна на тлі зруйнованої будівлі. Голлівудський герой пафосно запитує вояка, чи не з месників він, на що той буденно відповідає, що ні, він з «Укрпошти». Ідея мему полягає в тому, що, навіть, якщо раніше ти був абсолютно цивільною людиною і ніколи не брав у руки автомат, на війні, захищаючи Батьківщину, ти стаєш супергероєм.

Мем репрезентує продуктивний стиль, його копінг-стратегії — зосередження на вирішенні проблеми (такі люди непереможні), створення позитивного настрою й оптимістичної установки.

На рис. 6 подано мем, який має схожі ідею, стиль і копінг-стратегії. Різниця полягає в тому, що тут порівнюються молоді чоловіки з областей, які першими потрапили під каток війни, та з відносно спо-



Рис. 7. Мем з проханням привидшити перемогу (Поки що найкращі санкції, 2022)

кійних регіонів. Ідея в тому, що обставини підштовхують чоловіків для проявлення героїзму. У мемі використано кадри з відомих кінострічок.

Два розглянуті меми є важливими для розуміння того, як українські чоловіки ставляться до війни. Війна перетворює колишніх менеджерів, водіїв, зварювальників і музикантів на справжніх воїнів, вона пробуджує в українських чоловіках козацький дух. Мемі містять ціннісні орієнтири, важливі для формування чоловічого характеру.

Наступні зразки мемів репрезентують жіночі образи. На рис. 7 (кадр із кінострічки «Вечори на хуторі біля Диканьки») представлено мем з діалогом дівчини й парубка. Молода жінка надихає коханого швидше закінчити війну, бо треба робити городні роботи.

Мем містить образ жінки-господині. Мем репрезентує продуктивний стиль і копінг-стратегію продуктивної праці, незважаючи на війну.

Наступний мем (рис. 8) присвячений відносно новому для України образу жінки-воїна. Незважаючи на те, що вона перебуває на фронті, жінка не втрачає жіночості. На тлі фотографії реальної української захисниці розміщено її уявну репліку, про те, що треба швидко бити ворога, бо вже час на манікюр. Мем побудований на оксюморонному поєднанні несумісних речей.

Стиль мему продуктивний, копінг-стратегії — позитивний настрій і оптимістична установка; активний відпочинок або продуктивна праця, незважаючи на війну.

Отже, меми трансляції цінностей і підтримки морального духу репрезентують нові образи звичайних українців — і чоловіків, і жінок, готових встати пліч-о-пліч для захисту рідної землі.



Рис. 8. Мем з образом жінки-воїна (Юськів, 2021)

Мемі героїзації особистості є третім функціональним різновидом мемів воєнної тематики.

Для аналізу було обрано мемі, які героїзують постаті Президента України Володимира Зеленського, Головнокомандувача Збройних сил України Валерія Залужного й голови Миколаївської ОДА Віталія Кіма.

На рис. 9 подано мем, присвячений В. Зеленському. Він зображений за столом у компанії супергероїв з американських коміксів (Супермена, Спайдермена, Халка і Бетмена). В. Зеленський питає, чим він може їм допомогти. Тобто він замальовується більшим героєм, ніж усі ці персонажі, наділені надзвичайними здібностями. Мем належить до продуктивного стилю й має копінг-стратегію зосередження на вирішенні проблеми.

Мем, присвячений В. Кіму (рис. 10), складається з фотографій реальних людей і кадрів з кінострічки. Мем побудований на грі слів — він обігрує прізвище голови Миколаївської ОДА, яке збігається з прізвищем вождя КНДР та скороченим іменем американської зірки Кім Кардашян. Мем стверджує, що В. Кім найкращий з них.

Мем належить до продуктивного стилю і має копінг-стратегію позитивного настрою й оптимістичної установки.

Варто зазначити, що мемі, присвячені В. Зеленському й В. Кіму, мають схожу ідею — показати, що на тлі всесвітньо відомих персон чи персонажів наші герої найкращі.

Мемі спрямовано на популяризацію політиків у молодіжній аудиторії, яка орієнтована на масову культуру.

Наступний мем героїзує постать головнокомандувача. Перший із них (рис. 11) побудовано на каламбурі. Обігрується двозначність слова «віджимання» («фізична вправа» й військовий професіоналізм «відвойовування територій»). На тлі фотографії В. Залужного розміщено запитання і відповідь — стверджується, що саме він зробив усі вдалі звільнення українських територій.



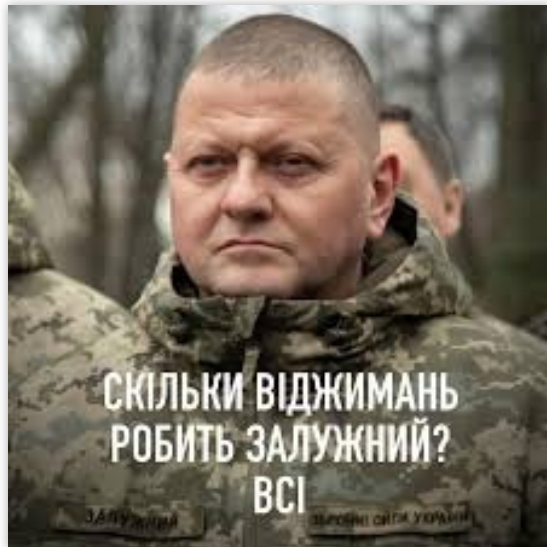
Рис. 9. Мем, що героїзує В. Зеленського (Бровко, 2023)

Рис. 10. Мем, що героїзує
В. Кіма (Куценко, 2022)



Образ В. Залужного замальовується дещо в іншому ключі, ніж образи В. Зеленського та В. Кіма. Він показується крупним планом, без залучення образів масової культури. На ньому не парадна форма, а камуфляж. Образ розрахований на сприйняття людьми, які знаються на воєнних проблемах, відчувають біль і занепокоєння. Саме тому мем репрезентує продуктивний стиль і має такі копінг-стратегії: зосередження на продуктивній діяльності для вирішення проблеми, позитивний настрій й оптимістична установка. Мем змальовує образ успішного полководця, впевненої людини, яка здатна привести Україну до перемоги.

Рис. 11. Мем, присвячений
В. Залужному
(Хочеш «Ладу»:
підбірка мемів, 2022)



Отже, меми, функція яких полягає в героїзації особистості, створюють позитивні образи державних діячів і політиків. Вони спрямовані на формування впевненості в тому, що це найкращі кандидатури, які не зрадять і врятують Україну. Герої мемів ідеалізується, але ця ідеалізація має на меті викликати довіру, сформувати повагу до цих постатей. Для того, щоб повести за собою, людина має бути моральним авторитетом для широких мас.

Висновки

1. Вивчення стану дослідження обраної теми й аналіз зарубіжних та українських наукових джерел показав, що інтернет-меми перебувають у фокусі уваги дослідників. Наукове осмислення меметики є багатоаспектним. Учені досліджують сутність феномену, структуру мемів, їхнє функціонування, жанрово-тематичну специфіку тощо.

2. Аналіз класифікацій інтернет-мемів показав, що існують два основні підходи: меми поділяються за формою та за комунікативною метою (стратегією або функцією).

3. Осмислення різних класифікацій в аспекті дослідження дозволило поділити інтернет-меми на три типи, що різняться за функцією й змістом, а саме: меми, спрямовані на дискредитацію та висміювання ворога; меми трансляції цінностей і підтримки морального духу; меми, що спрямовані на героїзацію певної особистості. Такий поділ дозволяє виявити функціональні особливості мемів часів війни.

Меми, функція яких полягає у дискредитації та висміюванні ворога, часто побудовані на антитезі, яка протиставляє образи ворога і образи українців.

Меми трансляції цінностей і підтримки морального духу репрезентують нові образи звичайних українців, які боронять Батьківщину. У мемах цього типу зроблено наголос на сміливість, впевненість, мужність, рішучість, а іноді й завзятість, здатність на подвиги й жертовність українських чоловіків і жінок.

Меми, функція яких полягає в героїзації особистості, створюють позитивні образи державних діячів і політиків. Вони спрямовані на формування впевненості в тому, що це найкращі представники нації. Герої мемів цього типу ідеалізується, але ця ідеалізація має на меті викликати довіру, сформувати повагу до цих постатей у масовій аудиторії.

4. Обґрунтовано, що всі проаналізовані меми належать до продуктивного стилю й найчастіше репрезентують копінг-стратегії обмірковування проблеми, пошуку шляхів її вирішення, позитивної налаштованості та оптимістичної установки. Навіть ті меми, що спрямовані на дискредитацію ворога й через це можуть мати деструктивні інтенції, як правило, демонструють належність до продуктивного стилю.

5. З'ясовано, що в проаналізованих мемах використано різноманітні засоби виразності, наприклад, антитезу й каламбур. Залучено історичні алюзії, ремінісценції до популярних кінострічок, образи масової культури тощо.

СПИСОК БІБЛІОГРАФІЧНИХ ПОСИЛАНЬ

- Бровко, Є. (2023, 1 листопада). *Меметика у війні: як мему стають зброєю*. Press Association UA. <https://pressassociation.org.ua/ua/memetika-u-vijni-yak-memi-stayut-zbro%D1%94yu/>
- Воєнний стан в Україні: з'явилася креативна підбірка мемів у соцмережах*. (2018, 28 листопада). 24 канал. https://24tv.ua/voennyi_stan_v_ukrayini_zuavilasya_kreativna_pidbirka_memiv_u_sotsmerezah_n1071712
- Дзюбіна, О. І. (2016). Класифікація, структура та функціонування Інтернет-мемів у соціальних мережах Twitter та Facebook. *Молодий вчений*, 2(29), 375–379.
- Добірка мемів, присвячених війні [Зображення]*. (2023, 22 травня). 5 канал. <https://www.5.ua/dv/fotogalereja/277866>
- Запорожець, О., & Белоусова, Н. (2022). Вербальні інтернет-мему під час повномасштабної війни РФ проти України. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Міжнародні відносини*, 2(56), 20–24.
- Карамушка, Л. М., & Снігур, Ю. С. (2020). Копінг-стратегії: сутність, підходи до класифікації, значення для психологічного здоров'я особистості та організації. *Актуальні проблеми психології*, 1(55), 23–30.
- Карташова, А. (2023, 27 червня). *І сміх і гріх: мему, які підтримували бойовий дух українців у війну*. Новини.Live. <https://war.novyny.live/i-smikh-i-grih-memi-iaki-pidtrimovali-boiovii-dukh-ukrayintsiv-u-viinu-77964.html>
- Корольова, Є. (2022, 11 березня). *Шкарпетки Віталія Кіма, Укрпошта проти орків та російський військовий корабель. Українці створюють мему про війну*. Фокус. <https://focus.ua/uk/voenne-novosti/508998-ukraincy-sozdayut-memu-o-vojne>
- Котубей, О., & Морі, Є. (2023, 4 січня). *Доброго вечора everybody, цей день настав: ми підготували підбірку головних мемів 2022 року*. Суспільне. <https://suipilne.media/348110-dobrogo-vecora-everybody-cej-den-nastav-mi-pidgotovali-pidbirku-golovnih-memiv-2022-roku/>
- Кущенко, В. (2022, 10 березня). *Кім здорової людини: найкращі мему з головою Миколаївської ОДА*. Телеграф. <https://telegraf.com.ua/ukr/ukraina/2022-03-10/5698914-kim-zdorovoi-lyudini-naykrashchi-memi-z-golovoyu-mikolaiivskoi-oda>
- Мілютина, К., & Садівнича, Н. (2022). Мему як стратегія подолання війни. *Pomiędzy. Polonistyczno-Ukrainoznawcze Studia Naukowe*, 2(5), 119–126. <https://doi.org/10.15804/PPUSN.2022.02.12>
- Окул, І. І. (2018). Інтернет-мем як культурний феномен. В В. М. Букач (Ред.), *Життя і пам'ять: науковий збірник, присвячений пам'яті В'ячеслава Івановича Шамко* (№ 3, с. 133–148). Homeless Publishing.
- Пода, Т. А. (2017). Інтернет-мему як феномен інформаційного суспільства. *Вісник Національного авіаційного університету. Серія: Філософія. Культурологія*, 1(25), 117–120.
- Поки що найкращі санкції на РФ наклали Збройні сили України: свіжа добірка мемів*. (2022, 7 березня). 2plus2. <https://2plus2.ua/novyny/poki-scho-naykraschi-sankcii-na-rf-naklali-zbroyni-sili-ukraini-svizha-dobirka-memiv>
- Слава Україні Героям Слава Україні понад Усе. (2022, 19 березня). *Малюнок. Трактор тягне корабель [Video]*. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=XJ_y80vP-ol

- Смола, Л. (2019). Мем як інструмент інформаційної війни. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія: Психологія*, 1(10), 91–95. [https://doi.org/10.17721/BSP.2019.1\(10\).23](https://doi.org/10.17721/BSP.2019.1(10).23)
- Соседко, К. Д. (2019). Інтернет-мем як інтелектуальний продукт колективної творчості інтернет-користувачів. *Інтегровані комунікації*, 2(8), 117–122. <https://doi.org/10.28925/10.28925/2524-2644.2019.2.16>
- Хочеш «Ладу»: підбірка мемів про Валерія Залужного [Зображення]. (2022, 4 вересня). 5 канал. <https://www.5.ua/suspilstvo/khochesh-ladu-pidbirka-memiv-pro-valeriiia-zaluzhnoho-286693.html>
- Чемеркін, С. (2015). Інтернет-мем — що це? *Культура слова*, 82, 113–116.
- Чернікова, О. І. (2015). Вербальний, невербальний та комплексний меми: класифікація за способом подання та сприйняття інформації в Інтернет-середовищі (на матеріалі англійських кіномемів). *Вісник Київського національного лінгвістичного університету. Серія Філологія*, 18(1), 151–156.
- Юськів, К. (2021, 24 грудня). *Військкомат та жінки: соцмережі відреагували мемами*. Кореспондент. <https://is.gd/xsUSBF>
- Cannizzaro, S. (2016). Internet memes as internet signs: A semiotic view of digital culture. *Sign Systems Studies*, 44(4), 562–586. <http://dx.doi.org/10.12697/SSS.2016.44.4.05>
- Castaño, D. C. M. (2013). Defining and characterizing the concept of Internet Meme. *Revista CES Psicología*, 6(1), 82–104.
- Davis, N. (2017). *An Analysis of Richard Dawkins's The Selfish Gene*. Macat Library. <https://doi.org/10.4324/9781912281251>
- Davison, P. (2012). The language of internet memes. In M. Mandiberg (Ed.), *The Social Media Reader* (pp. 120–132). New York University Press. <https://doi.org/10.18574/nyu/9780814763025.003.0013>
- Heylighen, F. (1998). What makes a meme successful? Selection criteria for cultural evolution. In *15th International Congress on Cybernetics* [Conference proceedings] (pp. 413–418). Association Internationale de Cybernétique.
- Milosavljević, I. (2020). The phenomenon of the internet memes as a manifestation of communication of visual society — research of the most popular and the most common types. *Media Studies and Applied Ethics*, 3, 9–27. <https://doi.org/10.46630/msae.1.2020.01>
- Shifman, L. (2014). The cultural logic of photo-based meme genres. *Journal of Visual Culture*, 13(3), 340–357. <https://doi.org/10.1177/1470412914546577>
- Zhuravska, O. (2022). Symbolic nature, cultural codes and media functionality of "The Russian warship" meme: Part one. *Синopsis: текст, контекст, медіа*, 28(3), 164–174. <https://doi.org/10.28925/2311-259x.2022.3.9>

REFERENCES

- Brovko, Ye. (2023, November 1). *Memetyka u viini: Yak memy stait zbroieiu* [Memetics at war: How memes become weapons]. Press Association UA. <https://pressassociation.org.ua/ua/memetika-u-vijni-yak-memi-stayut-zbro%D1%94yu/> [in Ukrainian].
- Cannizzaro, S. (2016). Internet memes as internet signs: A semiotic view of digital culture. *Sign Systems Studies*, 44(4), 562–586. <http://dx.doi.org/10.12697/SSS.2016.44.4.05> [in English].
- Castaño, D. C. M. (2013). Defining and characterizing the concept of Internet Meme. *Revista CES Psicología*, 6(1), 82–104 [in English].
- Chemerkín, S. (2015). Internet-mem — shcho tse? [Internet meme — what is it?]. *Culture of the Word*, 82, 113–116 [in Ukrainian].
- Chernikova, O. I. (2015). Verbalnyi, neverbalnyi ta kompleksnyi memy: Klasyfikatsiia za sposobom podannia ta spryiniattia informatsii v Internet-seredovyshchi (na

- materiali anhlomovnykh kinomemiv) [Verbal, Non-Verbal and Complex Memes: Classification according to Information Presenting and Perception Type in the Internet (Based on English Movie Memes)]. *Messenger of Kyiv National Linguistic University. Series Philology*, 18(1), 151–156 [in Ukrainian].
- Davis, N. (2017). *An Analysis of Richard Dawkins's The Selfish Gene*. Macat Library. <https://doi.org/10.4324/9781912281251> [in English].
- Davison, P. (2012). The language of Internet memes. In M. Mandiberg (Ed.), *The Social Media Reader* (pp. 120–132). New York University Press. <https://doi.org/10.18574/nyu/9780814763025.003.0013> [in English].
- Dobirka memiv, prysviachenykh viini [A selection of memes dedicated to war] [Image]. (2023, May 22). 5 kanal. <https://www.5.ua/dv/fotogalereja/277866> [in Ukrainian].
- Dziubina, O. I. (2016). Klasyfikatsiia, struktura ta funktsionuvannia Internet-memiv u sotsialnykh merezhakh Twitter ta Facebook [The classification, structure and functioning of Internet memes on Twitter and Facebook social networking sites]. *Young Scientist*, 2(29), 375–379 [in Ukrainian].
- Heylighen, F. (1998). What makes a meme successful? Selection criteria for cultural evolution. In *15th International Congress on Cybernetics* [Conference proceedings] (pp. 413–418). Association Internationale de Cybernétique [in English].
- Karamushka, L. M., & Snihur, Yu. S. (2020). Kopinh-stratehii: Sutnist, pidkhody do klasyfikatsii, znachennia dlia psykholohichnoho zdorovia osobystosti ta orhanizatsii [Coping strategies: Essence, classifications, significance for the psychological health of the individual and organization]. *Actual Problems of Psychology*, 1(55), 23–30 [in Ukrainian].
- Kartashova, A. (2023, June 27). *I smikh i hrikk: Memy, yaki pidtrymuvaly boiovyi dukh ukrainsiv u viinu* [Both laughter and sin: Memes that supported the fighting spirit of Ukrainians during the war]. Novyny.Live. <https://war.novyny.live/i-smikh-i-grikk-memi-iaki-pidtrimovali-boiovii-duk-ukrayintsiv-u-viinu-77964.html> [in Ukrainian].
- Khochesh "Ladu": Pidbirka memiv pro Valeriia Zaluzhnoho [Do you want Lada: A selection of memes about Valerii Zaluzhnyi] [Image]. (2022, September 4). 5 kanal. <https://www.5.ua/suspilstvo/khochesh-ladu-pidbirka-memiv-pro-valeriia-zaluzhnoho-286693.html> [in Ukrainian].
- Korolova, Ye. (2022, March 11). *Shkarpety Vitaliia Kima, Ukrposhta proty orkiv ta rosiiskyi viiskovyi korabel. Ukrainski stvorili memy pro viinu* [Vitalii Kim's socks, Ukrposhta against orcs and a Russian warship. Ukrainians create memes about the war]. Focus. <https://focus.ua/uk/voennye-novosti/508998-ukraincy-sozdayut-memy-o-vojne> [in Ukrainian].
- Kotubei, O., & Mori, Ye. (2023, January 4). *Dobroho vechora everybody, tsei den nastav: My pidhotuvaly pidbirku holovnykh memiv 2022 roku* [Good evening everybody, this day has come: We have prepared a selection of the main memes of 2022]. Suspilne. <https://suspilne.media/348110-dobrogo-vecora-everybody-cej-den-nastav-mi-pidgotuvali-pidbirku-golovnih-memiv-2022-roku/> [in Ukrainian].
- Kutsenko, V. (2022, March 10). *Kim zdorovoi liudyny: Naikrashchi memy z holovoii Mykolaivskoi ODA* [Kim of a healthy person: The best memes with the head of the Mykolaiv Regional State Administration]. Telegraf. <https://telegraf.com.ua/ukr/ukraina/2022-03-10/5698914-kim-zdorovoi-liudini-naykrashchi-memi-z-golovoyu-mikolaivskoi-oda> [in Ukrainian].
- Miliutyna, K., & Sadivnycha, N. (2022). Memy yak stratehiia podolannia viiny [Wartime memes as a coping strategy]. *Pomiędzy. Polonistyczno-Ukrainoznawcze Studia Naukowe*, 2(5), 119–126. <https://doi.org/10.15804/PPUSN.2022.02.12> [in Ukrainian].
- Milosavljević, I. (2020). The phenomenon of the internet memes as a manifestation of communication of visual society — research of the most popular and the most common types. *Media Studies and Applied Ethics*, 3, 9–27. <https://doi.org/10.46630/msae.1.2020.01> [in English].

- Okul, I. I. (2018). Internet-mem yak kulturnyi fenomen [Internet mem as a cultural phenomenon]. In V. M. Bukach (Ed.), *Zhyttia i pamiat: Naukovyi zbirnyk, prysviachenyi pamiaty Viacheslava Ivanovycha Shamko* [Life and memory: A scientific collection dedicated to the memory of Viacheslav Ivanovych Shamko] (No. 3, pp. 133–148). Homeless Publishing [in Ukrainian].
- Poda, T. A. (2017). Internet-memy yak fenomen informatsiinoho suspilstva [Internet-memes as a phenomenon of information society]. *Proceedings of the National Aviation University. Philosophy. Cultural Studies*, 1(25), 117–120 [in Ukrainian].
- Poky shcho naikrashchi sanktsii na RF naklaly Zbroini syly Ukrainy: Svizha dobirka memiv [So far, the best sanctions against the Russian Federation have been imposed by the Armed Forces of Ukraine: A fresh selection of memes]. (2022, March 7). 2plus2. <https://2plus2.ua/novyny/poky-scho-naykraschi-sankcii-na-rf-naklali-zbroynisili-ukraini-svizha-dobirka-memiv> [in Ukrainian].
- Shifman, L. (2014). The cultural logic of photo-based meme genres. *Journal of Visual Culture*, 13(3), 340–357. <https://doi.org/10.1177/1470412914546577> [in English].
- Slava Ukraini Heroiam Slava Ukraina ponad Use. (2022, March 19). *Maliunok. Traktor tiahne korabel* [Picture. A tractor pulls a ship] [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=XJ_y80vP-oI [in Ukrainian].
- Smola, L. (2019). Mem yak instrument informatsiinoi viiny [Mem as a tool of information war]. *Bulletin of Taras Shevchenko National University of Kyiv. Series: Psychology*, 1(10), 91–95. [https://doi.org/10.17721/BSP.2019.1\(10\).23](https://doi.org/10.17721/BSP.2019.1(10).23) [in Ukrainian].
- Sosiedko, K. D. (2019). Internet-mem yak intelektualnyi produkt kolektyvnoi tvorchosti internet-korystuvachiv [Internet memes as an intellectual product of the collective creativity of Internet users]. *Integrated communications*, 2(8), 117–122. <https://doi.org/10.28925/10.28925/2524-2644.2019.2.16> [in Ukrainian].
- Voiennyi stan v Ukraini: Ziavylasia kreatyvna pidbirka memiv u sotsmerezkhakh [Martial law in Ukraine: A creative selection of memes appeared in social networks]. (2018, November 28). 24 kanal. https://24tv.ua/voyenniy_stan_v_ukrayini_zyavylasya_kreatyvna_pidbirka_memiv_u_sotsmerezkhakh_n1071712 [in Ukrainian].
- Yuskiv, K. (2021, December 24). *Viiskkomat ta zhinky: Sotsmerezhi vidreahuvaly memamy* [Military Commissariat and women: Social networks reacted with memes]. Korrespondent. <https://is.gd/xsUSBF> [in Ukrainian].
- Zaporozhets, O., & Bielousova, N. (2022). Verbalni internet-memy pid chas povnomashtabnoi viiny RF proty Ukrainy [Verbal Internet memes during Russian full-scale war against Ukraine]. *Bulletin of Taras Shevchenko National University of Kyiv. International Relations*, 2(56), 20–24 [in Ukrainian].
- Zhuravska, O. (2022). Symbolic nature, cultural codes and media functionality of "The Russian warship" meme: Part one. *Synopsis: Text, Context, Media*, 28(3), 164–174. <https://doi.org/10.28925/2311-259x.2022.3.9> [in English].