

Ministry of Education and Science of Ukraine
Sumy State University (Ukraine)
The College of New Jersey (USA)
Camarines Sur Polytechnic Colleges (Philippines)
European Danube Academy (Germany)
University of Kragujevac (Serbia)



Proceedings

STRATEGIC INNOVATIONS OF SOCIAL COMMUNICATIONS AND FOREIGN PHILOLOGY IN CRISIS TIMES

I International Scientific and Practical Conference

1 June 2024

Sumy State University, Ukraine



Sumy 2024

**Ministry of Education and Science of Ukraine
Sumy State University (Ukraine)
The College of New Jersey (USA)
Camarines Sur Polytechnic Colleges (Philippines)
European Danube Academy (Germany)
University of Kragujevac (Serbia)**

Proceedings

**STRATEGIC INNOVATIONS OF SOCIAL COMMUNICATIONS AND
FOREIGN PHILOLOGY IN CRISIS TIMES**

I International Scientific and Practical Conference

1 June 2024
Sumy State University, Ukraine

Sumy 2024

UDC: 81'25'42:316.7(063)(0.034)

S88 Strategic Innovations of Social Communications and Foreign Philology in Crisis Times: collection of scientific paper of the I International Scientific and Practical Conference (1 June 2024) / responsible editor Nabok M., responsible designer Sadivnycha M. Sumy: Sumy State University, 2024. 351 p.

The collection includes scientific materials devoted to current problems in the field of distance teaching and learning in the era of digital technologies, in particular in language pedagogy, media innovations, modern translation, ethnolinguistics, stylistics, methods and methodologies of modern linguistic and literary disciplines. The composition of the collection is scientific research on the preservation of national identity and cultural heritage, intercultural communications, psychological theory and practice, sociological research.

For teachers of higher education institutions, graduate students, students, teachers of secondary schools, gymnasiums, lyceums and colleges, all those interested in socio-humanitarian issues.

The materials are printed in the author's editorial

Sumy State University, 2024

Чемеркін, С. Г. (2009). *Українська мова в Інтернеті: позамовні та внутрішньоструктурні процеси* [Монографія]. Київ: Основа. <https://iul-nasu.org.ua/wp-content/uploads/2021/04/chemerkin-s.pdf>

Науковий керівник – Сухенко В. Г., кандидат філологічних наук, доцент кафедри українознавства і мовної підготовки іноземних громадян Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця.

Отрішко М.А.

ORCID: 0000-0001-7944-5085

аспірантка Сумського державного університету

м. Суми, Україна

МЕМ ЯК ЧИННИК КОМУНІКАЦІЇ У СУЧАСНОМУ МЕДІАПРОСТОРИ

Медіапростір на даному етапі соціально-культурного розвитку є невід'ємною складовою суспільства, оскільки формує, передає і зберігає інформацію за допомогою різноманітних каналів комунікації. Суспільство ХХІ ст. доцільно означити як суспільство візуальної комунікації, що переважно здійснюється в онлайн-середовищі. Меми виступають одним із найбільш поширених та виразних проявів цієї комунікації (Milosavljević, 2020). Інтернет, будучи основним фактором популяризації і розповсюдження мемів, здійснює вплив на їхню трансформацію у сучасному медіапросторі.

Вперше поняття «мем» було використане біологом-еволюціоністом Р. Докінзом у праці «The Selfish Gene», що була опублікована у 1976 р. Автор визначив мем як одиницю культури, яка представляє собою ідею, інформацію або стиль поведінки, що поширюється від особи до особи в культурному оточенні, а їхня інтерпретація залежить від їхнього носія. Він також порівнює меми з генами, вказуючи на схожість у спадковості інформації, схильності до варіацій, мутацій, відбору, конкуренції та реплікації, що з часом може викликати еволюційні зміни. Р. Докінз наводить приклади мемів: мелодії, улюблені вирази та модні тенденції, наголошуючи, що вони можуть поширюватися різними способами, наприклад, наслідуванням, усною та письмовою комунікацією, а

також за допомогою ЗМІ (Dawkins, 2016).

С. Блекмор вбачає, що концепція мему ґрунтується на «імітації». Цей процес відрізняється від зараження, індивідуального навчання, або навіть від соціального, яке зазвичай відбувається несвідомо та інтуїтивно (Blackmore, 2008).

Розповсюдження візуальної форми мемів швидко закорінилося в онлайн середовищі і стало підґрунтям адаптивної еволюції мемів: вони перетворилися з фольклорних одиниць культурної інформації, які раніше передавалися переважно у вербальній формі, в автономні візуальні або аудіовізуальні конструкції, які тепер можна сприймати, редагувати, коментувати, характеризувати та поширювати у форматі файлів. Отже, меми перетворились в інтернет-меми та адаптувалися до абсолютно нового для них середовища.

Інтернет-меми визнані самостійним явищем, які описують популярні, часто комічні концепції, що поширюються в онлайн середовищі. У таких випадках, концепція представляє собою ідею, яку автор мему візуалізує за допомогою фото, відео або анімації та пояснює коротким текстом. У кожному мемі візуальна складова відіграє головну роль, тоді як текстовий елемент служить лише коротким поясненням. Користувачі черпають зображувальний матеріал із різних джерел, таких як фільми, серіали, шоу-бізнес, політика, новини, побутові світлини та комікси. Доволі часто персонажі з мемів набувають великої популярності, стають предметом обговорення; про них створюють новини, спостерігають за їхнім життям та діяльністю.

З огляду на те, як меми адаптувались до сучасного онлайн-простору, можна виділити їхні ключові характеристики: наслідування, культурний та соціальний контекст, конкретність та виразність, гумор і сатира, простота, висока стислість широких понять, синтез візуального та текстового.

Усі перелічені характеристики, за винятком останньої, притаманні всім типам мемів у Інтернеті, навіть якщо вони представлені лише текстом, новинами або звуком. Проте, найпоширенішими форматами інтернет-мемів є картинки та відео, до яких можна застосувати всі зазначені характеристики, включаючи останню (Milosavljević, 2020).

Класифікація мемів, беручи за основу їхні функції, надає розуміння намірів та цілей їхніх авторів. Хоча гумор є однією з основних характеристик та функцій мемів, варто зауважити, що мета повідомлення, яку вкладають у меми творці, може мати різні значення та відтінки. Завдячуючи зрозумілій і, водночас, кумедній формі, меми легко та природньо передають ідеї користувачам і виступають засобом візуальної комунікації не лише у соціальних мережах, але й у різних сферах, таких як маркетинг, освіта, політика тощо (Milosavljević, 2020). Отже, головними функціями мемів можна вважати розважальну та інформативну.

До прикладу, можемо розглянути новину на порталі «Дія» щодо можливості подання заяви про шлюб онлайн, або відображення освітніх документів (Портал «Дія», 2024). Новини миттєво стали основою мемів, що позитивно вплинуло на просування інформації про державні послуги. У даному випадку інформаційна складова мемів стала домінуючою над розважальною. Доволі відомим є мем із відеозвернення Президента України Володимира Зеленського, яке глядачі одразу розповсюдили в гумористичному контексті. Проте, жарт «Ніхто не готує мені сніданки» звернув увагу і на важливість інтерв'ю, адже більше громадян виявили бажання його переглянути.



Меми є унікальним феноменом, що мають в основі демократичність, свободу самовираження і бажання суспільства бути в контексті актуальних подій. Особливість мему також полягає у його видозміні в окрему, повноцінну

культурну форму, що демонструє цінності і думки користувачів у інтернет-просторі.

Дотепер триває обговорення щодо властивостей мемів, їх ситуативності, емоційної прив'язаності, ролі, актуальності та поширення через різноманітні суспільні канали. Значна частина цих питань залишається відкритою та недостатньо вивченою. Мільйони людей використовують меми як інструмент для інтернет-комунікацій. Слід наголосити, що ця кількість лише зростає. Тому необхідно безперервно досліджувати явище мемів, щоб забезпечити їх свідому, обґрунтовану та ефективну вживаність.

Список використаних джерел:

Blackmore, S. (2008). Imitation and the definition of a meme. *A memetics compendium* : Compendium / ed. by R. Finkelstein, P.170–181.

Dawkins, R. (2016). «The Selfish Gen» 40th anniversary edition by Oxford Landmark Science. New York : Oxford University Press, 421 p.

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. P. 9–27.

Портал «Дія». Освітні документи вже в застосунку Дія. Взято 04 травня 2024 року з <https://diia.gov.ua/news/osvitni-dokumenty-vzhe-v-zastosunku-diya>

Портал «Дія». Подати заяву про шлюб за 10 хвилин, не виходячи з дому: на порталі Дія доступна нова послуга. diia.gov.ua. Взято 04 травня 2024 року з <https://diia.gov.ua/news/podati-zayavu-pro-shlyub-za-10-hvilin-ne-vihodyachi-z-domu-na-portali-diya-dostupna-nova-posluga>

Науковий керівник – Сушкова О. М., кандидат філологічних наук, доцент кафедри журналістики та філології Сумського державного університету.