



УДК [398.332.416:398.8](=161.2)"2022/2024":801.81
DOI <https://doi.org/10.15407/nz2025.05.1288>

ВЕРБАЛЬНА СКЛАДОВА МЕМІВ ЯК ЯВИЩЕ ФОЛЬКЛОРУ

Вікторія ЗАВАДСЬКА

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-6411-4926>

кандидатка філологічних наук, доцентка кафедри української мови, літератури та культури, факультет лінгвістики, Національний технічний університет України; «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського», Берестейський проспект, 37, 03056, м. Київ, Україна, e-mail: ptits@ukr.net

Viktoriia ZAVADSKA

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-6411-4926>

Ph. D. in philological sciences, Associate Professor of the Department of Ukrainian Language, Literature and Culture,

Faculty of Linguistics, National Technical University of Ukraine

«Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute», 37, Beresteyskyi Avenue, 03056, Kyiv, Ukraine, e-mail: ptits@ukr.net

THE VERBAL COMPONENT OF MEMES AS A PHENOMENON OF FOLKLORE

The aim of the article is to analyze memes as a folklore phenomenon, that is, to focus on their verbal component; to find out what contributes to their creation and spread, and whether a meme can exist for more than one decade, like any other folklore work.

The article considers memes as a genre of folklore, focusing primarily on the verbal component of memes, which is the subject of the study. The author attempts to prove that the proverbs now incorporated into memes were part of folklore before, and that their acquisition of connotative meaning is linked to current events, while the traditional structure of the meme expression remains unchanged. The collective nature of perception, the disregard for authorship and variability, the use of fixed verbal formulas that are recognizable within society — all this is the evidence of the folkloric nature of memes. Three essential components that make an expression a meme and contribute to its spread are examined in detail: knowledge of the prototext and awareness of the current situation, which is the key to deciphering the connotative meaning by the recipients; a structure of expression traditional for the language community with the possibility of «language play»; emotionality based on aphorism, antithesis, irony, sarcasm, etc.

The author argues that the rise of visual elements in modern memes reflects a natural human tendency to visualize the verbal content. In traditional culture, rituals served as a visual expression of spoken or written words. Today, as information spreads through digital networks, images have taken on this role, effectively visualizing and reinforcing the accompanying text. The methodology of the article is based on analytical interpretation methods.

Keywords: memes, meme expressions, war memes, Ukrainian memes, folklore.

Мета статті — проаналізувати меми як фольклорне явище, тобто зосередити увагу на їхній вербальній складовій; з'ясувати, що сприяє їхньому творенню та поширенню, й чи може мем проіснувати не одне десятиліття, як будь-який інший фольклорний твір.

Основну увагу зосереджено на вербальній складовій мемів, що і є *об'єктом дослідження*. Авторка статті намагається довести, що паремії, які сьогодні є вербальною частиною мемів, існували у фольклорному середовищі й раніше, а набуття ними конотативного значення пов'язане з актуальними подіями сучасності, тоді як традиційна структура мемного виразу залишається незмінною. Колективний характер сприйняття; ігнорування авторського начала й варіативність; використання сталих вербальних формул, які є впізнаваними у рамках соціуму — все це є свідченням фольклорної природи мемних виразів. Докладно розглянуто три обов'язкові складові, які роблять вислів мемним і сприяють його поширенню: знання прототексту та обізнаність із актуальною ситуацією, що є запорукою дешифровки реципієнтами конотативного значення; традиційна для мовного колективу структура вислову з можливістю «мовної гри»; емоційність, що ґрунтується на афористичності, антитезі, іронії, сарказмі тощо.

Методологія статті ґрунтується на *методах аналітичної інтерпретації*.

Ключові слова: меми, мемні вислови, меми війни, українські меми, фольклор.

Вступ. Сучасна фольклористика у своєму науковому поступі стикається з життєвими реаліями. Сьогодні ця наука не просто фіксує, класифікує, зберігає та узагальнює твори усної народної творчості, але й робить висновки про особливості соціально-психологічного розвитку етносу, ґрунтуючись на яких, можна прогнозувати й моделювати суспільні реакції на те чи інше явище. Це антропологічний рівень, який, спираючись на аналіз фольклорних текстів, виводить фольклористику із суто філологічної сфери у площину соціології, філософії, культурології, психології й навіть біології.

Розмаїття дефініцій. Сьогодні виділяють нові жанри, яких не виокремлювали у попередній фольклорній традиції. Йдеться, зокрема, про так звані «меми» — явище, яке в інформаційному просторі з'явилося досить давно, проте вчені й досі не мають одностайної думки щодо його маркування та особливостей. Визначення й аспекти функціонування мемів як предмета дослідження сильно залежать від наукової галузі, з позицій якої їх розглядають. Меми називають «одинацями інформації» [1], «елементом масової комунікації» [2]. Річард Броді подає різні визначення мему, залежно від того, як розглядати це явище [3]. Так, наводячи визначення мему як когнітивної одиниці (за Деннетом), він говорить, що мем — це комплексна ідея, яка запам'ятовується і поширюється фізично за допомогою носіїв цієї ідеї [3, р. 8]. З позиції психології мем сприймають як «спадкову культурну одиницю, аналог гену» (за Плоткіним) [3, р. 6]. Проте вихідним є визначення еволюційного біолога Річарда Докінза, який власне й увів цей термін у науковий вжиток: мем — це основна одиниця культурної передачі або наслідування [3, р. 5]. Поєднавши психологічний, біологічний та загальнофілософський погляд на меми, Річард Броді виводить власне визначення: мем — це одиниця інформації у свідомості, існування якої впливає на події таким чином, що в свідомості інших людей створюється більше її копій [3, р. 11].

Отже, вчені різних галузей зосереджують увагу на таких основних особливостях мему: *він є ідеєю/одиницею інформації, яка розповсюджується (тиражується) за певних обставин у певних формах (точна копія або її варіанти), викликаючи певні емоції або інтерпретуючись.* При цьому наго-

лошують на швидкому розповсюдженні мемів, порівнюючи їх із біологічними вірусами.

Ще раз підкреслюємо, що мем — це, перш за все, ідея, — різними можуть бути її *форма реалізації* (візуальна чи аудіальна) та *спосіб розповсюдження* (через засоби віддаленого зв'язку, друковану продукцію, графіті на стінах, усну передачу тощо). Ці два суто «технічні» параметри впливають на швидкість розповсюдження мему та, до певної міри, тривалість його існування, хоча пам'ять кожного конкретного індивіда є значно кращою запорукою збереження мему, ніж будь-який штучний матеріальний носій. Забутий влучний вислів чи анекдот (а часто мемом стає саме квінтесенція анекдоту — фраза, що має найбільше емоційне навантаження й розкриває сенс жарту) «спливає» у людському колективі тоді, коли створюється відповідна ситуація. Він ніби згадується, виринаючи із надр колективної пам'яті¹ й починає новий оберт життя, підлаштовуючись під ситуацію — адаптуючись. І головну роль тут відіграє саме вербальний контент, який можна озвучити/передати і викликати у такий спосіб емоційну реакцію реципієнтів.

Ще задовго до появи технічних можливостей передачі зображення, текст функціонував як фольклорне явище, і саме текст вважаємо основою мему, про що скажемо далі.

Тексти мемів мають ознаки, які є загальними для фольклорних творів (про це ми писали у контексті різдвяних віншувань воєнного часу) [4]: колективний характер сприйняття (колективність); подальше поширення з можливістю варіювати текстовий (або візуальний) компонент — варіативність; використання сталих вербальних формул, які є впізнаними у рамках певної соціальної групи (традиційність) — усе це є свідченням саме фольклорної природи явища. І хоча більша частина мемів у мере-

¹ Під цим терміном розуміємо сукупність стійких, впізнаних соціальною групою значень, які надаються об'єктам матеріальної й нематеріальної культури. Ці об'єкти у межах певного соціуму стають знаками, що мають однакове семантичне прочитання і є засобом передачі та збереження значущої інформації, яка впливає на самоідентифікацію групи, її поведінку та взаємодію. Відповідно до концепції Пола Коннертона, колективна пам'ять реалізовується у ритуально-церемоніальній поведінковій практиці, вербальній культурі, проявах матеріальної культури (одяг, житло, матеріальна спадщина) тощо.

жі є авторською, але характер їхнього поширення, змін, а також повне ігнорування авторства переводять такі меми у площину фольклору.

Сьогодні мемами частіше називають картинки зі смішними підписами-коментарями, проте, як було вже сказано, до появи інтернету цим терміном могли позначати влучні вислови, які тиражувалися, перекручувалися, ставали основою для інших висловів із конотативним значенням і — найголовніше — були впізнаваними у певному соціальному контексті. Такі фрази цілком можуть бути марковані, як приказки (антиприказки), і мають різні джерела: прокоментована кимось побутова ситуація, фраза з кінофільму чи анекдоту, вислів політиків («Я маю мрію» Мартін Лютер Кінг, «Єдине, чого ми маємо боятися, — це власне страх» Франклін Рузвельт, «Час — це гроші» Бенджамін Франклін, «Країна, яка між війною та ганьбою обирає ганьбу, — отримає і війну, і ганьбу» Вінстон Черчилль, «На курорті живете, кияни» — Горбачов під час візиту до Києва 1985 року тощо). Складаючись із самостійних лексичних одиниць, ці речення перетворюються на фразеологічні вирази, що характеризуються відносною стійкістю складових компонентів. Водночас це не фразеологізми у їх традиційному розумінні², адже інтерпретація їх реципієнтом сильно залежить від ситуативного контексту: одна й та сама фраза може сприйматися як мем або як звичайне речення.

Отже, сьогодні жанр мему частіше поєднує у собі візуальний контент із текстовим. Це обумовлено необхідністю візуалізації для кращого сприйняття та запам'ятовування інформації. Якщо у народній традиції демонстраційною частиною вербального компоненту був обряд, то сьогодні, коли обряди значно спрощуються або відмирають, з'являється гібрид: картинка, яка візуалізує текст.

Мета нашої статті — проаналізувати меми як фольклорне явище, тобто зосередити увагу на їхній вербальній складовій; з'ясувати, що сприяє їхньому творенню та поширенню й чи може мем проіснува-

ти не одне десятиліття, як будь-який інший фольклорний твір.

Методологія статті ґрунтується на методах аналітичної інтерпретації.

Основна частина. Складові, що забезпечують мемність вислову

Виникає питання: що робить певні вислови мемними, переводячи їх, таким чином, у площину фольклору? Бачимо три обов'язкові складові, які сприяють поширенню вислову, його широкому розповсюдженню у тому ж самому, але частіше — у перекрученому вигляді:

- розуміння реципієнтами іронічного контексту або знання ситуації, за якої вислів було промовлено вперше (протекст);
- структура вислову, яка є прийнятною і впізнаваною у мовному колективі (шаблонність, яка викликає емоцію; поширеність структури, в яку підставляється потрібний контент; можливість «пограти» із висловом);
- емоційна складова (афористичність творить поєднання протилежних понять /непоєднуваного; протиставлення; відверта іронія або сарказм; нейтралізація страшного або негативного смішним).

Розглянемо кожний із цих пунктів докладніше.

Обізнаність із контекстом є запорукою тиражування мему та існування його загалом. Доки контекст буде актуальним — доти мем буде передаватися у рамках соціальної групи. Впізнаваність мему зміцнює зв'язки у групі, робить індивіда співучасником соціальної реальності через знання та впізнавання знаків цієї реальності. Українські вчені, які досліджують мем як соціологічне явище, наголошують, що меми допомагають відрізнити «своїх» від «чужих» [5]. Ця риса також є характерною для фольклорних творів, коли варіативність, наприклад пісні, представляє регіональну приналежність її носіїв-виконавців («А в нас так співають...»).

Іноді локальний мем може існувати роками, але бути незрозумілим для аутсайдерів. Цікавий приклад утворення та функціонування такого мему наводить українська фольклористка Людмила Іваннікова. Неподалік її рідного села на Хмельниччині є два інші села: Пеньки та Дубина. Історія така: якийсь чоловік на прізвище Сучок телефонував із села Дубина в село Пеньки щодо заготівлі дрів. Фраза, сказана по телефону, звучала так: «Альо! Це Пеньки? Я Су-

² Під фразеологізмом розуміємо стійке неподільне сполучення слів, яке має переносне (образне) значення і вживається у мові як єдине ціле. Характерною рисою фразеологізмів є те, що окремі слова у них втрачають власне лексичне значення, тому не можуть бути довільно замінені або вилучені, бо вираз в цілому втратить свій сенс.

чок з *Дубини*. *Що там у вас нащот дров?*». Поєднання трьох слів одного тематичного ряду (пеньки, сучок, дубина) створило мовну гру, що й спричинило появу мему, який швидко поширився. Відтоді у навколишніх селах, якщо хтось поводився безглуздо, йому казали: «*Ти шо, сучок з дубини?*» — маючи на увазі вже звичайну деревину.

Щодо назви села Пеньки, дослідниця розповідає, як у міжміському автобусі водій, зупиняючи на трасі біля цього села, казав завжди одну й ту саму фразу: «*Пеньки! Вилазьте!*». Йшлося про оголошення назви села та знак тим, хто має виходити на цій зупинці. Слово «вилазьте» замість «виходьте» означає, що людина має продертися крізь переповнений автобус — тобто саме вилізти з нього. Іваннікова наголошує, що місцеві мешканці сприймали це як сталу словесну формулу, тоді як стороння людина побачила у поєднанні цих двох слів образливе маркування пасажирів [6, 1:30:21—1:33:29].

Такі мему можуть виникати у межах сім'ї, у колі друзів, в професійній або студентсько-учнівській групі, коли фраза, кинута ситуативно, входить до активного лексикону і стає цитованою. Проте обмеження контекстом звужує й коло користувачів мему — тих, хто розуміє підтекст фрази, який створює емоційний ефект. Одна із наших респонденток розповідала, що у їхній сім'ї була мемною фраза «*Аби курка була жива*». Історія вислову сягала Другої світової війни, коли бабуся оповідачки, біжучи під час обстрілу до погребу, не встигла зловити курку. Протягом усього часу перебування в укритті жінка примовляла: «*Тільки б курка була жива. Тільки б курку не вбило*». Невідповідність ситуації крайньої небезпеки переживанням за життя курки створили комічний ефект, зробивши фразу мемом у межах цієї сім'ї протягом кількох поколінь³. Цікаво, що оповідачка не була свідком тих подій, адже народилася пізніше, але фраза продовжувала жити як елемент колективної пам'яті локального соціуму⁴.

Іноді старий вислів одержує нове життя через доволі великий проміжок часу, якщо виникнуть спри-

ятливі для цього обставини. Як ми вже казали, це пов'язано зі значущістю фрази для соціальної групи в конкретний момент часу і активізацією колективної пам'яті. Таким прикладом є фраза «*Сьогодні гарний день, щоб померти*», яку приписують Шаленому коню — вождю північноамериканських індіанців племені оглала, що 1876 року в складі союзу ще семи племен переміг супротивника біля річки Літл-Бігторн (Монтана, США). Фраза одержала друге життя у вустах Джона Макклейна — персонажа Брюса Вілліса з фільму «Міцний горішок» (2013).

Інший приклад — афоризми Черчилля, багато з яких цитували у 2022 році, коли РФ повномасштабно вдерлася в Україну. Тут підґрунтям для реінкарнації висловів є подібність історичної ситуації.

Рефрен виступу Мартіна Лютера Кінга «*Я маю мрію*» став початком рекламних фраз однієї з передвиборчих кампаній Юлії Тимошенко («*Я маю мрію про прекрасну і красиву Україну!*»). Гадаємо, що саме впізнаваність, алюзія на американського борця за права чорношкірих людей, надала рекламному гаслу популярності.

Ще один приклад із радянського минулого: фраза «*Боріс, ти не прав*». Сказана у 1988-му році популярному тоді Борису Єльцину членом керівництва Компартією СРСР Єгором Лігачовим, створила цілу мовну гру від «*Боріс, ти прав!*», «*Єгор, ти не прав!*» до «*Борись! Ти прав!*», «*Боріс, правь!*» Проте можна із впевненістю сказати, що для сучасних старшокласників та студентів ця фраза не є мемом, залишаючись ним для старшого покоління — тих, хто ще пам'ятає реалії Радянського Союзу.

Усі наведені приклади демонструють, що впізнаваність фрази і сприйняття її як мему окремим індивідом значною мірою залежить від віку людини, її приналежності до певної соціальної й територіальної групи, а от знання контексту виникнення вислову та його популярність (мемність) на момент появи є важливою умовою того, чи залишиться цей вислів мемом у майбутньому, чи увійде він до колективної пам'яті як значуща семантична одиниця.

Фольклорна структура мемного вислову є другою обов'язковою складовою. Попри усе сказане, знання ситуативного контексту недостатньо, щоб фраза, виголошена за певних обставин, залишалася мемом протягом тривалого часу. З одного боку, це є необхідною умовою, оскільки мем передбачає ак-

³ Цілком ймовірно, що на момент подій жива курка була неабиякою цінністю, і фраза не здавалася смішною, а набула вона гумористичного відтінку пізніше внаслідок фольклорної трансформації після багаторазового повторення історії.

⁴ Запис наш від Наталі Г., 1966 р. н., липень 2014 року, с. Літки Броварського р-ну Київської обл.

тивну емоційну реакцію, а запорукою одержання цієї реакції є саме розуміння контексту. З іншого погляду, у мемах є певна шаблонність, і це стосується як візуального наповнення, так і вербального. Під шаблоном розуміємо певну структуру, яка є типовою і впізнаваною, а отже, допомагає дешифрувати мем, розтлумачити його саме так, як це передбачалося відправником повідомлення, а також дає змогу включити його у семантичне поле аналогічних висловів й творити нові. У випадку із зображенням це робити значно легше, адже типізований малюнок у мемах є умовним знаком, що вказує на певні емоції, і навіть без підпису він залишатиметься знаком емоції. Вербальне наповнення є складнішим. Його дешифрування вимагає, щоб реципієнт був носієм відповідного культурного коду, і тоді речення-коментар до малюнка або навіть й одне слово стає мемом. Наприклад, є багато жартів і приказок про понеділок. Ось кілька таких висловів, у яких спільна структура — незакінчене/недосказане речення, що потребує дешифрування: *«Ранок понеділка — він такий...»*, *«Як понеділок не прикрашай...»*, *«Полюби понеділок!»*, *«Запах понеділка»*, *«Який день — такий і настрій! Доброго понеділкового ранку!»* Якщо реципієнт знає, що понеділок — це стереотипно важкий день, початок робочого тижня, він власне слово «понеділок», розміщене десь у мережі або сказане з відповідною інтонацією, може сприйняти як знак-мем.

З позиції фольклористів, у мемах словесна фраза є ключовим елементом, без якого малюнок може бути смішним, але не несе повного семіотичного посилу, не творить підтексту, спрямованого на «дешифровку» реципієнтом. Дослідниця Людмила Іваннікова, наголошує, що в основі мему лежить словесна основа — прототекст: *«Депутат сказав — а далі пішли картинки, фотожаби і все таке інше»* [6, 1:39:14-40].

Тут надзвичайно важливою є структура виразу, яка робить вислів мемним (тобто забезпечує його тиражування, трансформацію та поширення), адже мем — породження фольклорного середовища, а тому ключовим чинником є його впізнаваність реципієнтом, адже від цього сильно залежить сприйняття. Посилання на першоджерело (прототекст) часто й робить фразу мемною, оскільки саме переробка традиційного тексту створює комічний ефект. Наприклад на основі прототексту *Скільки вовка не*

годуї, а він усе в ліс дивиться маємо низку мемів подібної структури зі спільним центральним образом вовка та можливими додатковими образами: *Скільки вовка не годуї — все одно дивиться вовком*; *Скільки вовка не годуї, а в слона все одно яйця більші*; *Скільки вовка не годуї, а та собака усе одно трійку поставить (про викладача)*. Дослідниця паремій Ірина Глуховцева наводить цілий ряд зафіксованих нею на Слобожанщині висловів, в основі яких — зазначений прототекст: *Скільки вовка не годуї — все одно приїде обідати*; *Скільки вовка не годуї — все одно здохне*; *Скільки вовка не годуї — все одно норкової шапки не змиєш* [7, с. 6]. Буває й так, що структурно подібні до вихідного тексту вислови наповнюються іншими образами, дотичними до абсолютно різних об'єктів чи ситуацій: *Скільки водки не бери — все одно вдруге бігти доведеться*. Останній вислів, записаний нами наприкінці 1990-х років від студентів КПП ім. Ігоря Сікорського, створює алюзію на прототекст паронімічним римунням слів *вовка* й *водка*. Та ж Ірина Глуховцева пропонує низку виразів, сповнених іншим образом: *Скільки вінду не люби, працювати вона краще не буде*; *Скільки дівку не гори, а вона все: «До шлюбів веде»*; *Скільки жінку не годуї, а вона все одно на чужих чоловіків позирає*; *Скільки жінку не годуї, вона все мріє стати стрункою*; *Скільки жінку не годуї, а вона все одно в дзеркало дивиться*; *Скільки не голися, а борода все одно росте*; *Скільки чиновників не годуї, вони все одно в руки дивляться*; *Скільки чоловіка не годуї, усе одно пити хоче*; *Як мента не годуї, все одно у кримінальний кодекс дивиться* [7, с. 6]. І, як ми вже казали, комічний ефект у наведених виразах досягнуто не стільки вербальним контентом (власне жартом), скільки близькою й впізнаваною для реципієнта традиційною фольклорною структурою.

А ось приклад мему, де використана характерна для анекдотів тріада «оптиміст — песиміст — реаліст»: *Песиміст бачить мінуси, оптиміст — плюси. Реаліст бачить — і слава Богу!* Такими ж за структурою є вислови, що ґрунтуються на тріадах із представників різних народів або найсучасніша дуальна опозиція українців — росіянин (кацап): *«Тату, чорт лізе у хату» — «Не біда, синку, аби не москаль...»*.

Отже, словесні формули мемів повторюють структуру аналогічних народних висловів, обираючи інший об'єкт зображення та доповнюючи або замінюючи наявні у прототексті образи. Це пояснюється загальною фольклорною сталістю текстів: мем використовує те, що є у фольклорному мисленні, що існує десь на підсвідомому рівні, що є впізнаваним і близьким. Соціологи Артем Литовченко та Олександр Дурнев називають це «схематичністю», яка спрощує дешифровку мема та прискорює процес його поширення [5, с. 20].

Різні за формою тексти можуть нести однакове семантичне навантаження. І навпаки — формально однакові тексти можуть відрізнятися за значенням. Ось приклади висловів зі структурою прототексту «якщо — то» та семою причинно-наслідкового зв'язку без достатніх на те підстав: «Зловили цього — зловлять і того» (про втікача Медведчука і його кума путіна), «Згорів сарай — гори і хата» (про підбитий ЗСУ крейсер «Москва» й однойменне місто). І якщо перший вислів — це творення за аналогією, то другий — це давній фольклорний сталий вислів, який у поєднанні із відповідним зображенням стає фразеологізмом, набуваючи актуального змісту, не пов'язаного із загальнозрозумілим лексичним значенням речення.

Структурно подібними до них є вислови, які мають дещо інше значення — прагнення ризикнути, попри можливі негативні наслідки: «Як куля в лоб — то куля в лоб» (вислів Арсена Яценюка на мітингу в Києві 2014 року), «Стадіон — так стадіон» (Петро Порошенко, погоджуючись на дебати на стадіоні з Володимиром Зеленським). Прототекстом тут є фольклорна формула готовності до ризику «пан або пропав»: «Гуляти — так гуляти», «Робити — так робити», «Як сказав — то зав'язав» (про дотримання слова попри обставини), «Як буде — так і буде».

А ось аналогічні фразеологізми, але зі значенням незворотної дії: «Що маємо — те маємо» (фраза, сказана першим президентом України Леонідом Кравчуком, мовляв, ми старалися, але результат вийшов не зовсім такий); «Як померла — то померла» (анекдот про тещу, яка раптом «воскресла» до великого розчарування зятя).

Отже, в усіх наведених прикладах структура прототексту є більш-менш подібною, але семантичні від-

тінки цих виразів різні, як різне й емоційне забарвлення та очікувана реакція реципієнта на вислів.

Включення у «мовну гру» є одною з ознак того, що вислів став мемом, коли він не просто тиражується, але змінюється користувачами. Це також є характерним для фольклорного начала, коли текст сприймається народом як власний: його перекарчують, піддають змінам і тиражують без найменшого натяку на авторство. Приклад такої мовної гри ми наводили вище у зв'язку із реплікою, кинutoю на адресу Бориса Єльцина. Це один яскравий приклад — широковідомий вислів третього Президента України Віктора Ющенка: «Ці руки нічого не крали». Фраза, яку із характерним жестом сказав Віктор Ющенко під час теледебатів 2004 року, породила ряд висловів-мемів: «Ці руки ЦЕ нічого не крали» (на початку президенства Ющенка); «Ці руки так нічого й не зробили» (наприкінці президенства Ющенка); «Ці руки нічого б не крали, якби не очі...» (сарказми про Ющенка); «Ці руки крали — і нічого» (про Віктора Януковича). Як і попередній, цей приклад демонструє, як вислів поза контекстом втрачає свою «мемність», адже сучасні підлітки, які не були свідками президенства Віктора Ющенка, сприймають це як звичайне декларативне речення.

Це один приклад такого типу мовної гри — вірш-псевдоподяка, який починається словом «спасибі». Він сягає корінням далекого XVIII століття, коли російська імператриця Катерина II примусово переселила частину українських козаків на Кубань і на південь України задля освоєння цих територій: «Ой, цариця Катерино, спасибі за ласку, / Що ми їли на Великдень гречаную паску»⁵. У далеких 1980-х роках нам доводилося неодноразово чути переробки цього тексту: «Спасібо партії родной, што переср@ла виходной»⁶; «Пришла зима, настало

⁵ Записано від Людмили Іваннікової, яка називає джерелом друкований збірник фольклорних творів про виселення українців на Кубань. У пасхальне тісто (традиційний великодній обрядовий хліб) зазвичай кладуть найкращі продукти. Паски випікаються із пшеничного борошна. «Гречана паска» — пасхальний хліб із гречаного борошна — є ознакою крайньої бідності.

⁶ Йдеться про так звані «чорні суботи» — вихідний день, коли людей примусово виводили на роботу без оплати. Це часто робили перед Великоднем, як один зі способів боротьби з релігією.

лето — спасібо партії за ето»⁷. Відтинки значення неотексту можуть збігатися із прототекстом повністю або не збігатися зовсім, наприклад, коли вислів застосовується як іронія — тобто означає геть протилежне сказаному. У 1930-х роках цю форму вислову використали як цілком серйозний офіційний слоган: «Спасібо товарищу Сталіну за наше щасливе дитство!». Важко сказати, чи була в цьому іронія або хоча б натяк на неї.

І раптом та сама фраза набула нового життя вже у 2000-х. Ось футбольна «кричалка» про Віктора Януковича та відповідь на неї: «Спасібо жителям Донбаса за президента під@раса» — «Не віноват родной Донбас, што президент наш під@рас». При цьому відповідь, яка з'явилася трошки пізніше (з перервою від матчу до матчу), також є суто народним витвором. У дещо зміненому вигляді той самий вислів вигулькнув після обрання очільниками держав Володимира Зеленського («Спасібо жителям екрана...») та Дональда Трампа («Спасібо жителям Техаса...»), що свідчить про формальну зручність цього фольклорного шаблону для сприйняття й подальшої трансформації. Ставлення суспільства до певного явища через посередництво «мовної гри» виразно демонструють також псевдорозшифровки офіційних аббревіатур. Так СБУ (Службу безпеки України) від початку повномасштабного вторгнення почали у народі називати *Служба Божа*, тоді як раніше цей орган сприймався колективною свідомістю як антагоністичний. А от псевдорозшифровка аббревіатури ДАІ (Державна автомобільна інспекція) не змінила негативно-сатиричного забарвлення: *Дай авто інспектору / Дай або їдь / Дуже агресивні інспектори / Дорожні аферисти, імітатори*. Іронічно-позитивно звучить псевдорозшифровка ЗСУ — *Знову самі усе* (йдеться про відсутність належного забезпечення з боку держави). Багато критичних і самокритичних псевдорозшифровок маємо у студентському фольклорі: КПІ (Київський політехнічний інститут) — *Київський притулок ідіотів / Культ праці інженера*; ЛП (Львівська політехніка) — *Люди плачуть / Люта політехніка*; КНУ (Київський національний університет) —

Коли не успішний; ХПІ (Харківський політехнічний інститут) — *Хочу пива — і все / Хай помирає ініціатива / Хто поступив — ідіот / Хімія, пекло, істерика та ін.*

Емоційність є запорукою сприйняття та поширення вислову як мему. Водночас якщо, наприклад, художній текст передбачає множинність тлумачень, то мемний текст, прив'язаний до малюнка, спрямований на однозначне потрактування й розрахований на певну емоційну реакцію. Момент емоційності, яку викликає мем, дуже важливий для його вирізнення серед інших засобів впливу. Гадаємо, що вербальні меми найбільше активізують сміхове начало через сарказм, іронію, сатиру чи гумор. Зображення ж без словесної фрази несуть прямий посил, висловлений в умовних символах, які реципієнт легко розтлумачить, наприклад, великодні зображення двох писанок, пофарбованих відповідно у кольори прапора України та російського триколову, де писанка, позначена прапором РФ, розбивається об українську; банка огірків у жіночій руці; Дональд Трамп у подібі клоуна, циркового слона або Рембо [8]. Вони є впізнаваними у певному суспільстві знаками-підсилювачами, пропагандою у позитивному розумінні, які сприяють консолідації соціальної групи, стають своєрідним вектором моральної орієнтації, з одного боку, підсилюючи вже наявні настрої, з іншого — формуючи їх. Ці зображення активізують такі емоції, як обурення або ж гордість за свою країну чи політичного діяча. Вони можуть бути спрямовані на критику, але не стільки активізують її, скільки лише підтримують певний настрій групи, вписуючись у глобальний культурний контекст і підсилюючи його.

Важливо, що мемні малюнки не пов'язані з фразами нерозривно. Вони оказіональні й можуть варіюватися: той самий малюнок підписують інакше або словесний вислів припасовують до іншого малюнка, або відбувається зміна-трансформація старого мема чи злиття мемів. Дослідники наголошують, що фраза, яка супроводжує малюнок, починає функціонувати як самостійна лінгвістична одиниця [9], набуваючи нового сенсу (підтексту), який може інтерпретуватися по-різному, залежно від комунікативної ситуації. Саме ситуативна відповідність робить вербальну складову яскравою й надає можливість її інтерпретації, що й робить картинку із підписом мемом. Таким чином утворюються зв'язки між явищами чи

⁷ Автором цих рядків вважають Юрія Влодова (1932—2009), хоча існує велика кількість фольклорних варіацій (у тому числі й сучасних), що є свідченням традиційно прийнятної форми вірша.

ситуаціями, які початково не мали стосунку одне до одного, і лише від конкретної особи залежить, чи виникне алюзія й чи буде вона реалізована у словесній формі. На цій інтертекстуальності у рамках соціуму наголошували різні дослідники [5; 9], говорячи про знання контексту як обов'язкову умову дешифрування мему, що насправді є запорукою його поширення — тобто власне суттю мемності вислову.

Ось широковідомий приклад: «Доброго вечора, ми з України!» — фраза, яка без знання контексту може сприйматися просто як елемент привітання-знайомства туриста в іншій державі. Вигадана фронтменом, вокалістом гурту «ДахаБраха» Марком Галаневичем ця фраза вже під час повномасштабного вторгнення рф в Україну, стала чимось на зразок бойового кличу, її почали використовувати українські військові, вона інтерпретується як застереження ворогам, маркер сміливості та стійкості. Але додаткові відтінки значення додає її припасований малюнок: банка з консервованими огірками (історія про те, як жінка збила ворожий дрон банкою огірків); БТР, причеплений до трактора (у такий спосіб у 2022-му році роми вкрали ворожий БТР); дівчина з гарбузом (народний символ відмови залицальнику позначає тут відмову України у «любові» з рф); фотографія Віталія Кіма, очільника Миколаївської ОДА, який використовував цю фразу в своїх відеозверненнях саме як маркер незламності, вказівку на те, що його область не буде здано ворогам. Ми не знаємо, як довго наведена фраза буде «мемною», але гадаємо, вона так сприйматиметься доти, доки житимуть люди, які знатимуть саме воєнний контекст її появи.

Мемною, тобто такою, що активізує певну емоцію, може стати фраза з фільму або сказана кимось за певних обставин (часто тоді, коли фраза видається недоречною до ситуації, абсурдною). Знову-таки, це відбудеться за умови, що члени соціальної групи знають передісторію виникнення фрази, тобто мають спільний культурний код. Отже, усе, про що йшлося, ілюструє таку особливість мемів, як здатність творити аналогії, проводити паралелі між речами далекими, що має зв'язок із психологічною складовою людини.

З психологічної точки зору, меми завжди розраховані на актуалізацію позитивної емоції: сміх, іронія, сарказм, обурення, гордість, розчулення. І часто відповідність або навпаки — суперечність тексто-

вого підпису та зображення викликають потрібний ефект. Водночас мем майже завжди є реакцією на актуальну подію, тому в емоційному ланцюзі він — проміжна ланка між емоцією, яка викликала його появу й емоцією-реакцією з подальшою рефлексією. Мем ніби емоційний лакмус, що вказує на актуальні реакції соціуму. Якщо ж життєва ситуація сама по собі комічна, мем лише підсилює ефект, доводячи комізм до абсурду (наприклад, мем про «бойових комарів українців», який виник після заяви представника рф в ООН В. Небензі, нібито Україна вирощує цих істот на спеціальних біофермах, щоб атакувати російську армію⁸).

Образи та об'єкти мемів

З точки зору емоційного впливу й рефлексії важливо, що саме стає об'єктом для створення мему і чезрез який (частіше візуальний) образ це реалізується. Дослідники культури відзначають, що об'єктом зображення і вербального маркування стихійно стають речі, знакові для членів соціуму. Набуваючи конотативного значення, ці об'єкти стають складовою національного культурного фонду [10; 11, с. 598].

Іноді об'єкт і образ єдині. Це відбувається тоді, коли мем відтворює реальну ситуацію, наприклад: у Януковича під час його виступу кинули яйцем — у мемах фігурує цей політик та яйця; український захисник нецензурно послав корабель росіян — і на марках та листівках відтворено безпосередньо цю ситуацію.

В інших випадках бачимо розщеплення, коли початковий об'єкт може стати самостійним мемним образом: пес Патрон, українські котики як символ стійкості. Велику групу такого типу мемів становлять зображення політиків, громадських діячів, публічних людей. Ці реальні особи перетворюються на символічні образи попкультури, з якими у реципієнтів утворюється стійка стереотипна асоціація. Наприклад: Мартін Лютер Кінг — символ расової рівності; Че Гевара — символ борця; Гітлер, Сталін — символи вбивці-диктатора; Тарас Шевченко — символ української самоідентифікації, національної ідеї; Григорій Сковорода — символ філософського ставлення до життя, стоїцизму, мудрості

⁸ Існує думка про те, що брехня, доведена до крайнього рівня неправдоподібності, може викликати зворотний ефект: у неї повірять, — і саме на це розраховує російська пропаганда, створюючи абсурдні наративи про українців.

тощо. У таких випадках вербальна складова мема функціонує окремо. Так рефрен виступу Мартіна Лютера Кінга «Я маю мрію» став самостійним, як і вислів про «руський корабль», що тиражувався по-всюдно, а у березні 2022 року ми неодноразово бачили його у Києві на бетонних блоках, на парканах і навіть на щитах дорожніх знаків. Вислови ж із творів Тараса Шевченка вже давно увійшли у фольклор як його органічна частина — вони вживаються в оригінальному та перекрученому вигляді, як і сковорodinське «Світ ловив мене, але не впіймав».

Є загальні образи-символи, що апіорі мають одностороннє тлумачення в певному соціумі у певний час. Часто джерелом їх появи є масова культура (процес зворотній від попередньої групи, де образи, навпаки, входять до попкультури, стаючи її частиною). Це можуть бути персонажі популярних у певний відрізок часу фільмів (Бетмен, магістр Йода, Гаррі Поттер), кіноактори (Бред Піт, Анжеліна Джо́лі, Леонардо Ді Капріо, Жан-Поль Бельмондо, Адріано Челентано — у кожен епоху свої), популярні музичні виконавці (також свої для кожного часу, віку, стилю, країни) або й просто предмети, які викликають стійку позитивну або негативну асоціацію (кава, кактус, тарган, квітка тощо).

Як ми вже зазначали, популярність мемів сьогодні значною мірою залежить від візуального контенту — від того, що зображено. Тут також є свої закономірності. Так постійними є зооморфні мотиви, які презентують реальні події, де були задіяні якісь тварини (наприклад, гуси, що врізалися у російський літак; пес Патрон; вцілілий обгорілий бучанський кіт Фенікс; бучанський же кіт мейнкун Макс⁹ порівняння наших захисників із котиками, які під час бою перетворюються на левів, породило безліч мемів із цими образами) або просто шаблонні зооморфні образи (гуси, пінгвіни, собаки, коти тощо). Часто цей образ контрастний до контексту, з якого виринає. Наприклад, мем із песиком, якого рятує український воїн, підпис відправляє нас до тургенівського твору, який часто згадують прихильники «руського міра»: «Герасим втопив Муму, бо поруч не було ЗСУ».

Також об'єктом мемів часто стають предмети, які опиняються в невідповідних ситуаціях. У таких випадках об'єкт і образ мему будуть тотожні: шапка із

керамічним півником, яка залишилася висіти на стіні квартири, коли решта будинку була зруйнована російською авіабомбою; насіння у кишенях вбитих солдат рф (ситуація, коли жінка на окупованій території не побоялася порадити окупантам насипати насіння до кишень, щоб те могло прорости, коли їх повбивають), танк, підчеплений трактором і т. п.

Цього ж комічного ефекту, коли поєднується щось невідповідне, досягають, використовуючи для створення мемів картинки із середньовічних рукописів. Це доволі популярна група мемів, яка із цікавістю сприймається реципієнтами: незвичні для сучасної людини зображення, які самі часто є незрозумілими, доповнюють актуальними підписами на будь-які теми.

Насправді набір того, що частіше стає об'єктом мемів, дуже широкий і залежить від ступеню впливу події на емоції людей. Це можуть бути рутинні ситуації, яким намагаються надати гумористичного забарвлення (йдеться про те, що пов'язане з психофізіологічним станом людей: жарти про понеділок, запізнення, про «вигорання» на роботі, про відпустку чи вихідні, ставлення до партнерів чи колег, про психологів і начальство тощо). Часто створення мемів провокує смішна, абсурдна чи обурлива актуальна ситуація з політикуму або соціального життя. Тут можуть бути задіяні різні образи: від фотографій реальних дійових осіб до «фотожаб», коли до наявного зображення (наприклад, кадру з фільму) підставляють голову політика. Ось деякі приклади, що спричинили хвилю мемів: депутат-втікач Нестор Шуфріч, якого зловили на кордоні; спроба втечі соратника Януковича Медведчука; грошовий збір Притули на супутник; багаторазові невдалі спроби військ рф висадитися на аеродромі в Чорнобаєвці Херсонської області; скандальний закон № 12414 про діяльність НАБУ і САП; заяви Трампа тощо.

Нерідко гумористичний контент створюється завдяки випадковим збігам. Так пихатого кума путіна, проросійського юриста, депутата Медведчука СБУ ввіймала при спробі втечі з України якраз 12 квітня (за радянських часів — це був День космонавтики). У мережі миттєво поєднали ці два абсолютно різні факти, у результаті того дня створили близько 550 мемів на цю тему [12].

Сьогодні з'явилася ще одна тематична група мемів, присвячена екзистенційним загрозам та ре-

⁹ <https://umoloda.kyiv.ua/number/0/119/172752>

акції на них людей. Такі меми не є смішними, вони виконують функцію консолідації суспільства, підняття бойового духу, відображають загальний соціальний настрій. Об'єктно-образний ряд таких мемів — смерть путіна; руйнація кремля; деокупація українських територій; військова допомога від різних країн; реакція на постійні повітряні тривоги та обстріли; відзначення щорічних свят під час війни; спроба забезпечення звичних життєвих потреб тощо.

Висновки. Актуальність мема, його контекстуальна залежність нібито передбачає доволі короткий цикл побутування мемів: доки новина, яку він ілюструє, є актуальною. Це твердження буде правдивим, якщо розглядати мем з боку соціології. Якщо ж дивитися на мем як на явище фольклорне, то можемо говорити, що кожен його компонент (візуальний та вербальний) продовжує своє існування у площині народної культури, виринаючи тоді й у тому вигляді, коли створюється належна для цього ситуація, й стаючи емоційним лакмусом і каталізатором водночас народних реакцій. Розглядаючи його вербальну складову, бачимо застосування тих мовних фольклорних структур, що залишаються сталими протягом дуже тривалого часу, побутуючи у колективній народній свідомості й реалізуючись у мовленні. Мемні фрази існували давно (паремії), проте сьогодні вони значно швидше трансформуються й поширюються в усній чи письмовій формі, маючи в основі прототекст. Такі фрази є впізнаваними й емоційно активними для певного соціуму, що є запорукою одержання зазвичай комічного ефекту. Водночас текстовий компонент мемів, який, з нашого погляду, є головним, може бути візуалізований зображенням, яке сьогодні замінило обрядову складову народної культури.

1. Жулінська М., Смоляр Н. Інтернет-меми як одиниці інформації у кіберпросторі. *Актуальні питання іноземної філології*. № 2. 2015. С. 66—71. URL: https://scholar.google.com.ua/scholar?as_q=&as_epq=%D0%86%D0%BD%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%BD%D0%B5%D1%82-%D0%BC%D0%B5%D0%BC%D0%B8+%D1%8F%D0%BA+%D0%BE%D0%B4%D0%B8%D0%BD%D0%B8%D1%86%D1%96+%D1%96%D0%BD%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%97+%D1%83+%D0%BA%D1%96%D0%B1%D0%B5%D1%80%D0%BF%D1%80%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%BE%D1%80%D1%96&hl=uk.

2. Булах М. Особливості мема як засобу політичної реклами. *Science and Education a New Dimension. Philology*. VIII (64). Issue 216. 2020. Feb. С. 7—10. DOI: <https://doi.org/10.31174/SEND-Ph2020-216VIII64-01>.
3. Brodie Richard. *Virus of the Mind: the new science of the meme*. Seattle; Warshaw: Integral Press, 1996.
4. Завадська В. Різдва вішнування 2022—2024: Особливості поетики. *Народознавчі зошити*. № 1 (175). 2024. DOI: <https://doi.org/10.15407/nz2024.01.220>.
5. Дурнев О., Литовченко А. (2024). Соціологічна дефініція поняття «інтернет-мем»: подальше від «мему». *Соціологічні студії*. № 1 (24). С. 15—23. DOI: <https://doi.org/10.29038/2306-3971-2024-01-12-12>.
6. Мем як втілення фольклорних форм. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=1-vjdWUeHic>.
7. Глуховцева І. До питання про частоту вживання стійких сполучень слів в українських східнослов'янських говірках. URL: <https://nasplib.isofofs.kiev.ua/server/api/core/bitstreams/ed87a9db-8c52-4dc8-bd62-38f106645aaf/content>.
8. Frauenfelder Mark. *New book reveals why MAGA cult adores Trump: he's «openly corrupt, a liar, racist, and sadistic»*. URL: <https://boingboing.net/2024/07/10/new-book-reveals-why-maga-cult-adores-trump-hes-openly-corrupt-a-liar-racist-and-sadistic.html>.
9. Тарасова С., Шостак В. Діахронічне дослідження мему пандемії. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. Том 34 (73). № 2. Ч. 1. 2023. С. 121—128. DOI: <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2023.2.1/22>.
10. Shifman L. *Memes in the Digital Culture*. MIT Press, 2013. DOI: <https://doi.org/10.7551/mitpress/9429.001.0001>.
11. Голубовська І. Тип культури в дзеркалі мовної фразеології. *Мова та культура у новій Європі: контакти і самобутність: збірник наукових праць*. Київ: Видавничий дім Дмитра Бураго, 2009.
12. Драпп І. «Хаймарси», Медведчук і котики. Типологія українських мемів про війну. *Texty.Org.Ua*. 2022.10.05. URL: <https://texty.org.ua/articles/107856/khajmarsy-medvedchuk-i-kotyky-typolohija-memiv-pro-vijnu/>.

REFERENCES

- Zhulins'ka M., Smolyar N. (2015). Internet memes as units of information in cyberspace. *Current issues in foreign philology*, 2, 66—71. Retrieved from: https://scholar.google.com.ua/scholar?as_q=&as_epq=%D0%86%D0%BD%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%BD%D0%B5%D1%82-%D0%BC%D0%B5%D0%BC%D0%B8+%D1%8F%D0%BA+%D0%BE%D0%B4%D0%B8%D0%BD%D0%B8%D1%86%D1%96+%D1%96%D0%BD%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%97+%D1%83+%D0%BA%D1%96%D0%B1%D0%B5%D1%80%D0%BF%D1%80%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%BE%D1%80%D1%96&hl=uk [in Ukrainian].

- Bulakh, M. (2020). Features of memes as a means of political advertising. *Science and Education a New Dimension. Philology* (Issue 216, pp. 7—10). DOI: <https://doi.org/10.31174/SEND-Ph2020-216VIII64-01> [in Ukrainian].
- Brodie, Richard. (1996). *Virus of the Mind: the new science of the meme*. Seattle; Warshawa: Integral Press.
- Zavads'ka, V. (2024). Christmas congratulations 2022—2024: features of poetics. *The ethnology notebooks*, 1 (175). DOI: <https://doi.org/10.15407/nz2024.01.220> [in Ukrainian].
- Durnyev, O., & Lytovchenko, A. (2024). Sociological definition of the concept of «Internet meme»: away from «meme». *Sociological Studies*, 1 (24), 15—23. DOI: <https://doi.org/10.29038/2306-3971-2024-01-12-12> [in Ukrainian].
- Memes as the embodiment of folklore forms*. Retrieved from: <https://www.youtube.com/watch?v=1-vjdwUeHic> [in Ukrainian].
- Hlukhovtseva, I. *On the frequency of use of stable word combinations in Ukrainian Eastern Slobozhansky dialects*. Retrieved from: <https://nasplib.isoftware.kiev.ua/server/api/core/bitstreams/ed87a9db-8c52-4dc8-bd62-38-f106645aaf/content> [in Ukrainian].
- Frauenfelder, Mark. *New book reveals why MAGA cult adores Trump: he's «openly corrupt, a liar, racist, and sadistic»*. Retrieved from: <https://boingboing.net/2024/07/10/new-book-reveals-why-maga-cult-adores-trump-hes-openly-corrupt-a-liar-racist-and-sadistic.html>.
- Tarasova, S., & Shostak, V. (2023). Diachronic study of the pandemic meme. *Scientific notes of the V.I. Vernadsky Ternopil National University. Series: Philology. Journalism*, 2 (Vol. 34 (73), part 1, pp. 121—128). DOI: <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2023.2.1/22> [in Ukrainian].
- Shifman, L. (2013). *Memes in the Digital Culture*. MIT Press. DOI: <https://doi.org/10.7551/mitpress/9429.001.0001>.
- Holubovs'ka, I. (2009) The type of culture in the mirror of linguistic phraseology. *Language and culture in the new Europe: contacts and identity: collection of scientific works*. Kyiv: Vydavnychy dim Dmytra Buraho [in Ukrainian].
- Drapp, I. (2022). Medvedchuk and cats. Typology of Ukrainian memes about the war. *Texty.Org.Ua*. 2022.10.05. Retrieved from: <https://texty.org.ua/articles/107856/khajmarsy-medvedchuk-i-kotyky-typolohija-memiv-pro-vijnu/> [in Ukrainian].