

# PSYCHOLOGICAL SCIENCES

## МЕМИ ЯК СПОСІБ КОПІНГУ І ВІЗУАЛІЗАЦІЇ

**Старкова Ганна Володимирівна**

кандидатка культурології, доцентка кафедри УСК  
Харківський національний економічний університет  
ім. С. Кузнеця  
м. Харків, Україна

**Єгорова Олександра Іванівна**

Кандидатка пед.наук, доцентка,  
постдок Університету Падеборн, Німеччина

**Вступ./Introduction.** Вісім років Російська Федерація веде активні бойові дії на території України. Проживаючи біль та скорботу, мотивуючи себе на активну боротьбу, у рамках свого звичного копіngu з надзвичайними і трагічними обставинами впродож всієї своєї історії український народ виливає свої емоції у творчість — пісні, танці, картини тощо. Швидшою та — за певних обставин — поширюванішою реакцією є жарт. Серед яких нині виділяються специфічні елементи сучасного гумористичного фольклору — мему (Information wars in the post-Soviet media: infodemic and means of its neutralizing / I. Ivanova et al. Revista San Gregorio. 2021. №44. Pp. 228-240). Їх виняткова популярність може бути примарною та пов'язана, перш за все, із повсюдністю соціальних мереж. Повномасштабний напад армії Росії 24 лютого 2022 року призвів до нової хвилі гумору.

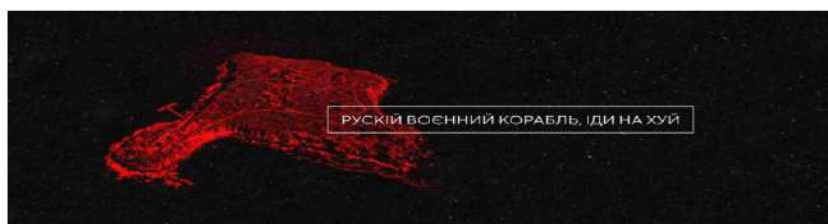
**Мета роботи./Objective.** Для науковців мему є невичерпним джерелом інформації. Сьогодні найперше за ними можна спробувати збагнути дійсний емоційний стан українського суспільства, дослідити їх вплив та особливості.

**Матеріали та методи./Materials and methods.** Для плідного дослідження мемів необхідно застосовувати загальнонаукові та конкретні наукові методи.

Для цього дослідження, крім очевидних аналізу та синтезу, застосовуються соціологічний, історичний, культурологічний, метод спостереження та інші методи. Зокрема, було зібрано та опрацьовано візуальний матеріал, що стосувався одного з мемів початку широкомасштабного вторгнення Росії в Україну.

**Результати та обговорення./Results and discussion.** 24 лютого 2022 року російський військовий корабель підійшов до українського острова Зміїний у Чорному морі. Загарбники двічі намагалися примусити українських прикордонників здатися, погрожуючи бомбовим ударом, але один з захисників промовив: «Русській военний корабль, іді...». Запис розмови оприлюднив радник міністра внутрішніх справ України Антон Геращенко.

Емоційну фразу, яка відповідала прагненням українців — не здаватися, виборювати свободу, не дивлячись на істотні переваги супротивника в силі миттєво підхопили патріотично налаштовані українці по всьому світу. Наприклад, відомий автор політичних мемів Михайло Юрчук (Старкова Г.В. Мемі і меседжі: як розважальний контент розкриває політичні теми. Закарпатські філологічні студії. №18. 2021. С. 306-310. DOI: <https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2021.18.54>) на чорному тлі зобразив червоний абрис острова, вказавши фразу прикордонника повністю (Рис. 1).



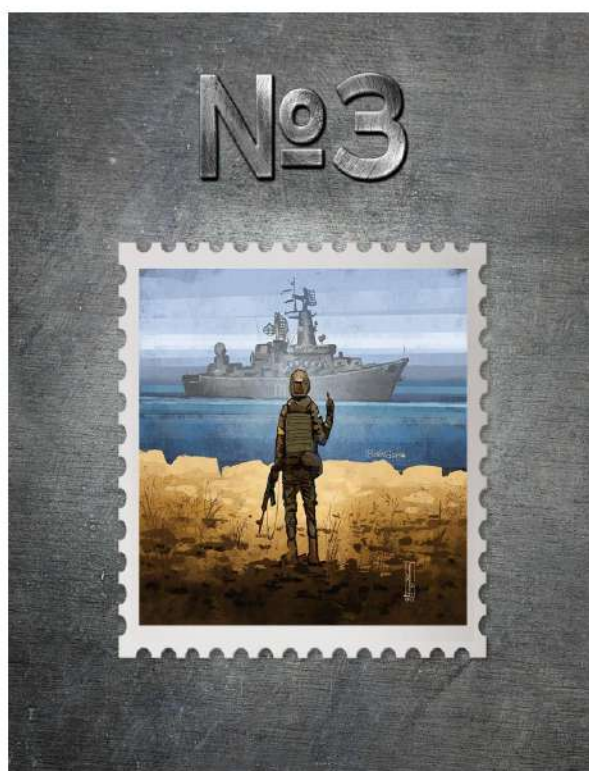
**Рис. 1. Арт Михайла Юрчука, оприлюднений 25 лютого**

Згодом дизайнер неодноразово повертався до фрази у різних варіаціях, добре відображаючи, що відбувалося у заявах політиків, суспільстві, на фронті. Зокрема, вже 1 березня українські філологи «офіційно» дозволили пересічним громадянам використовувати відповідну обценну лексику, пояснивши в яких випадках як вона вживається. Юрчук у відповідь створив мем (Рис. 2).



**Рис. 2. Мем Михайла Юрчука, оприлюднений 1 березня**

Реагуючи на популярність фрази, національний оператор поштового зв'язку «Укрпошта» вирішує випустити тематичну марку. Щоб обрати її, оголошується народне голосування за ескіз. Найбільше голосів українців набирає малюнок художника Бориса Гроха (Рис. 3), урочисте спецпогашення марок відбувається 12 квітня.



**Рис. 3. Картка з позначкою номера переможця голосування «Укрпошти» Бориса Гроха, оприлюднена 11 березня**



Захисників острова Зміїний, зокрема автора фрази, довгий час вважали загиблими, але згодом їх врятували з російського полону.

До Дня морської піхоти, який припадає на 23 травня, «Укрпошта» ввела в обіг нові поштові марки — «Русській військовий корабель ... ВСЬО! Смерть ворогам!». На підприємстві так пояснювали необхідність продовжувати серію: «Охочих придбати поштові марки "Русській військовий корабель, іді ... !" виявилось в сотні разів більше, ніж це дозволяє тираж марки, який становить 1 млн прим. і є рекордним для художніх поштових марок за останні 15 років (зазвичай художні марки випускаються тиражем 100-130 тис. прим.). [...] Справжній ажіотаж на поштові марки почався після того, як наші мужні ЗСУ потопили ворожий корабель. Ми усвідомлюємо, що зараз це непросто, але просимо з розумінням поставитися до того, що такий збіг подій неможливо було передбачити наперед. [...] З огляду на високий попит і дослухаючись громадської думки, Укрпошта вирішила продовжити серію про російський військовий корабель. Ми вважаємо доречним продовжити серію маркою, на якій вже немає флагмана російського флоту, щоб в такий спосіб зафіксувати історичний хід подій. Тому вже в травні плануємо ввести в обіг нові поштові марки з актуальним станом корабля — "Русській військовий корабель ... ВСЬО!" загальним тиражем 5 млн примірників. Це не просто серія з двох марок, це історія, яка твориться на наших очах».



**Рис. 4. Аркуш з марками серії «Русській військовий корабель», автор: Борис Горох**

Нині фраза «Рускій военний корабль» є одним із символів успішної боротьби українців проти агресії РФ. Є приклади використання прихильниками України з інших країн.

**Висновки./Conclusions.** Трансформація болючих тем у гумористичний контент, вочевидь, є способом боротьби зі стресом і прийняття ситуації. Це сприяє виходу зі стресових станів, адже на рівень впорання зі стресом великою мірою впливає оцінка ситуації, а такі меми допомагають розширити своє сприйняття ситуації, копінгові стратегії і зрештою, формуванню резильєнтності, що є необхідною передумовою стресостійкості. Приклад з поштовою маркою та листівками вказує, що охочих закарбувати момент маленьких перемог над агресором є чимало. І це також прагнення долучитися до чогось великого і спільного і розділити радість. Тому ми, Старкова Ганна і Єгорова Олександра, об'єднали зусилля для спільного проекту для вивчення впливу і ефекту мемів на формування мотивації до боротьби та резильєнтності українців.