

## СУЧАСНИЙ ФОЛЬКЛОР І МЕДІАГРАМОТНІСТЬ: ТОЧКИ ДОТИКУ

*Медіаосвіта має на меті навчити критичному сприйняттю будь-яких медіатекстів, для чого надає пояснення та багаточисленні інструменти аналізу. Питомо, медіаграмотні люди мають серйозно ставитися до інформації, що споживають, продукують і поширюють. Народну творчість називають фольклором. Колективно створювані тексти (у найширшому значенні) відігравали значну роль у будь-якій культурі з прадавніх часів, помилкою буде принижувати значення подібних феноменів сьогодні. Стаття присвячена визначенню сучасного фольклору, стану його вивчення та пошукам його місця у полі медіаграмотності.*

**Ключові слова:** *медіаосвіта, медіаграмотність, фольклор, постфольклор, інтернетлор, сміхова культура, критичне мислення, мем, пропаганда*

Жарт, за словниковим визначенням [1], — дещо сказане чи зроблене для розваги, сміху. Ми радимо ставитися до проблем з гумором, бо так простіше жити, на індивідуальному рівні. Увагу науковців, до чого це призводить в масштабі суспільства, звернув М. М. Бахтін [2]. Досліджуючи епоху Середньовіччя, він виокремив та охарактеризував специфічну народну сміхову культуру, що найліпше проявлялася під час карнавалу. Хоча вона, на думку дослідника, продовжувала попередні античні та місцеві традиції, але водночас відбивала культурну специфіку епохи. Бо існувала всупереч і на протигагу офіційним, тобто державним і церковним, культурним формам. Учасники карнавалу — вважається, що усі без виключення члени громади — порушували норми етики, ієрархії, навіть побутової логіки, звільняючись таким чином від «соціальної маски».

С.С. Аверінцев, уточнюючи Бахтіна, пише, що сміх є подією динамічною та фізичною: одночасний рух розуму, нервів і м'язів. У цьому стані людина переживає велике фізичне, а іноді й психологічне напруження. Серед відмітних рис сміху Аверінцев вказує миттєвість і перехідність. Він доповнює ідею Бахтіна, що у сміху відбувається перехід від несвободи до свободи, наголошуючи: сміх — не свобода, а процес звільнення. Причому звільнитися можна і від поганого, і від хорошого. Суверенному ж використанню свободи відповідає гумор [3, с. 8-9].

Словник тлумачить «гумор» так: 1) доброзичливо-глузливе ставлення до чого-небудь, спрямоване на викриття недоліків; уміння подати, зобразити щось у комічному вигляді; 2) художній прийом у творах літератури або мистецтва, заснований на зображенні чого-небудь у комічному вигляді, а також твір літератури або мистецтва, що використовує цей прийом; 3) психічний стан; настрій [4]. Зазначимо, що у пропонованій статті є місце для гумору в усіх трьох значеннях, бо вони перетинаються з цариною медіаграмотності.

Проблеми медіаграмотності та медіаосвіти набирають популярності в Україні з початку 2010-х років. Навчальна програма «Медіаосвіта (медіаграмотність)», опублікована на сайті «Академії української преси», містить таке визначення: «Медіаграмотність — полягає в сукупності мотивів, знань, умінь і можливостей, що сприяють добиранню, використанню, критичному аналізу, оцінюванню, створюванню та передаванню медіатекстів різних форм, жанрів, а також аналізу складних процесів

функціонування медіа в суспільстві» [5, с. 8]. Основне послання медіаосвітян, якщо простою мовою: «Люди, через медіа вами маніпулюють! Тільки ваші власні зусилля можуть допомогти протистояти тому впливові». Така постановка проблеми підштовхує до найсерйознішого ставлення до кожного аспекту, інструменту, матеріалу. Особистий досвід читання медіаосвітніх лекцій лише підтверджує: глядачі, читачі, слухачі недооцінюють медіаінформацію та не відчують (або не вважають важливим) вплив на них. Особливо ж це стосується матеріалів, які містять гумористичні елементи.

Медіатексти, пропоновані як приклади та для аналізу в межах курсів з підвищення медіаграмотності, обираються таким чином, щоб продемонструвати ту чи іншу суспільну проблему. Наприклад, вплив стереотипів. Тобто матеріали, створені з конкретною, не надто етичною метою: пробудження ненависті, заохочення нетолерантності, цькування. Часто вони сконструйовані таким чином, щоб мати найширший резонанс і спонукати споживачів до поширення серед знайомих, тобто «природними» каналами обміну інформацією. На кшталт нескінченного ланцюгу репостів у соцмережі.

Складнощів освітянам додає той факт, що Інтернет змінив звичні уявлення про авторство. Тому одним з елементів схеми аналізу медіатекстів є встановлення його походження, хоча б джерела.

Користувач, натомість, зазвичай просто «привласнює» інформацію, яка отримує його емоційний відгук, може трохи адаптувати «під себе», або просто поширити як власну. Психологічні засади цього, насправді, не є темою нашого дослідження. Зазначимо лише, що механізм, на думку фольклористів, подібний тому, який забезпечував популяризацію політичних анекдотів у радянські часи.

Науковці, не дивлячись на позірну несерйозність теми, слідкують за трансформаціями анекдотів, мемів і багатьох інших різновидів осучасненої усної народної творчості [див., наприклад, 6]. Автор усвідомлює важливість мультидисциплінарного підходу до досліджуваного феномену та вбачає своєю метою ввести фольклор у поле медіаграмотності. Об'єм статті замалий для вичерпної реалізації усіх планів, тому поки обмежимося проясненням основної термінології та специфіки сучасного українського фольклору у заявленому контексті. Через те, що маємо на меті актуалізацію мему в медіаосвітньому контексті, вважаємо за можливе залишити дослідження видових і жанрових диференціацій до наступного разу. Водночас, наголошуємо, що усі медіатексти — зокрема, меми — тим чи іншим чином відбивають проблеми сучасного соціуму.

Вітчизняна наука, як демонструють результати пошуку за відповідним запитом у базі Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського, уважно вивчає фольклор. Він цікавить дослідників як гуманітарна цінність [7], невичерпний навчальний матеріал для школярів та навіть як джерело для підготовки медіатекстів [8]. Найчастіше фольклор трактують як усну традиційну творчість народу й особливий тип культурної комунікації [9]. Останнім часом зростає кількість дослідників, що звертають увагу наукової спільноти на сучасний продукт колективної творчості людства, зокрема, українців.

На думку С. Ю. Неклюдова, є чотири види фольклору [10]. Перший — архаїчний, дописемний. З винаходом писемності феномен трансформується, набуває нових форм, але не зникає. Він так само передається переважно в усній комунікації. Дослідник називає цей вид фольклору класичним.

Чергова революція настає на межі XIX і XX століть, коли завдяки поширенню нових медіа (фотографія, фонограф тощо) формується відповідне комунікативне середовище (телефон — радіо — телебачення). Настає епоха постфольклору. Дослідник вказує: «Зрозуміло, це нове комунікаційне середовище не стало (і не могло стати) середовищем

побутування фольклору, як не стала нею книжкова словесність після появи писемності. Однак вона, як і свого часу книжність, зумовила створення нового «культурного продукту» (в цьому випадку — нових форм масової культури), який в свою чергу сильно вплинув на усну традицію, забезпечив її новими темами та моделями текстуалізації, радикально тим самим змінивши сам вигляд фольклору — і в змістовному, і в формальному планах» [там само].

Четвертий вид С. Ю. Неклюдов воліє називати інтернетлором, підкреслюючи місце існування феномену. Мережа повертає багато властивостей фольклору (відтворення в змінюваних копіях, використання певного набору кліше, анонімність тощо). «Таким чином, Інтернет в порівнянні з книжковою традицією відтворює багато якостей дописмової, архаїчної комунікації — будь-який надісланий текст можна дописати, переписати, скоротити, розгорнути та подібне. Тут культура немов би повертається до своєї попередньої фази, до пластичності форм, до безавторства та таке інше. Завдяки цьому, до речі, Інтернет як середовище цілком може вивчатися фольклористичних методами» [там само]. На сьогодні, зазначає дослідник, тотально усних традицій, напевно, не залишилося. Те, що С. Ю. Неклюдов має на увазі, описуючи інтернетлор, в нашій статті називається словосполученням «сучасний фольклор».

Анекдот — один з найпоширеніших жанрів сучасного фольклору [11], який у Мережі може відобразитися вербально або мати візуальне доповнення. Часто такі анекдоти називають мемами [12]. Цей термін увів Р. Докінз у 1976 р. для позначення символу, зрозумілого адресату без пояснення, що активно поширюється у формі слів, дій, звуків, малюнків, які передають ідею, та еволюціонує відповідно до індивідуальної картини світу людини, що її передає [13, с. 288-304]. Таким чином, мемом можна назвати будь-який зразок фольклору, а також чимало інших феноменів культури з подібними властивостями. За визначенням, мем — зображення, відео, фрагмент тексту тощо, зазвичай гумористичні за своїм характером, які копіюються та швидко поширюються користувачами Інтернету, часто з невеликими варіаціями [14].

Дослідницька група «Моніторинг актуального фольклору» вивчала суспільні практики та фольклорні тексти, що виникають після резонансної події [15]. Зазначимо, що група була частиною Лабораторії теоретичної фольклористики Інституту суспільних наук при Російській академії народного господарства та державної служби при Президенті РФ, але тепер навіть згадку про неї прибрали з сайту. Дослідники щомісяця випускали бюлетені, публікували результати у наукових виданнях і ЗМІ. На жаль, подібні пошуки в Україні не мають систематичного характеру. У науковій спільноті та суспільстві переважає сприйняття фольклору лише у в класичному розумінні фольклористичних досліджень.

О. Архіпова, яка входила до вищезгаданої дослідницької групи, в публікації «Рік у анекдотах» [16] надає ємну характеристику вказаному у назві цієї статті феномену. Її можна сміливо застосувати до сучасних фольклорних проявів в цілому. По-перше, в Мережу народна творчість потрапляє різними шляхами, і, відповідно, нерівномірно в ній розподілена. По-друге, радянський політичний анекдот за своєю сутністю є протестним, а сучасний — може бути і за, і проти влади. Першому типові медіаосвіта приділяє більше уваги, відносячи до пропаганди. «Факт третій — анекдоти, перш за все політичні, повернулися. Вони зайняли важливе місце в нашому житті. Вони з'являються в нашій френдстрічці безпосередньо, розміщуються на демотиваторах, про них розповідають друзі» [там само].

Серед «інкубаторів» сучасного мережевого анекдоту О. Архіпова називає тематичні сайти («Анекдот.ру», «Анекдотов.нет»), де додані користувачами тексти обробляються іншими дописувачами, щоб стати «вдалими анекдотами», чи загубитися у потоці контенту. «У разі вдалої трансформації анекдоти починають блукати Інтернетом —

соцмережами. Власне, копіювання в соцмережі і є чимось близьким до ситуації трансляції анекдоту в усній комунікації» [там само].

Під час поверхневого моніторингу виявити подібні «інкубатори» на ua-просторі не вдалося. Сайти анекдотів існують. Наприклад, Anekdoty.net.ua, Ukr-anecdotes.com, Ualife.com.ua, Anekdotu.org.ua тощо. Частина таких ресурсів є дзеркалами одне одного, частина — повторює анекдоти з тематичних видань. Але є й такі, що збирають гумористичні твори від користувачів.

Водночас, існують агрегатори мемів. Найбільший англомовний — Know Your Meme [17] — справжній довідниковий ресурс, де можна знайти інформацію про появу чи створення певних картинки, виразу, персонажу, первинне значення, трансформацію змісту, вигляду тощо. Серед російськомовних агрегаторів згадаємо memepedia.ru [18] та lurkmore.to [19], де трапляються й українські теми. Наприклад, про зйомки передвиборчої реклами Харківського міського голови Михайла Добкіна [20].

Корпорація Google видає зведення «Рік у пошуку», куди потрапляють усі найпопулярніші запити користувачів — новини, актори, музиканти, фільми, шоу тощо. У списку світових трендів є місце і мемам [21], але український офіс корпорації таких даних поки не оприлюднює. Так само, немає й україномовних довідників мемів.

Повністю покривають «нестачу» соціальні мережі — існують чисельні відкриті групи, пабліки, канали, сторінки з анекдотами та жартами. Це зрозуміло навіть з того, що деякі ЗМІ використовують популярні мему в якості ілюстрацій до інформаційних повідомлень. Наприклад, «КуляNEWS» (coolyanews.info) — «спільний проект найкращих і відомих блогерів UA-нету» [22]. До прикладу, рік тому читачі підтримували та поодинокі поширювали пости про арешт та звільнення під заставу голови Державної фіскальної служби Р. Насірова («Отчалився») (рис. 1), жартівливі переробки коментаря мера Києва В. Кличка щодо обвалу автомобільного мосту (голова Нацбанку: «Гривня не впала, вона втопилася») тощо.



Рис. 1

Цікавим прикладом мемів можна назвати карикатури, які зі шпальт газет перемістилися до Інтернету. Наприклад, такі матеріали регулярно з'являються на сайтах «Радіо Свобода» у різних країнах. Так, для української редакції малюють Євген Олійник (рис. 2), Олексій Кустовський тощо. Російська редакція має рубрику «Карикатура дня», де щодня публікуються роботи Сергія Йолкіна [23] (рис. 3).

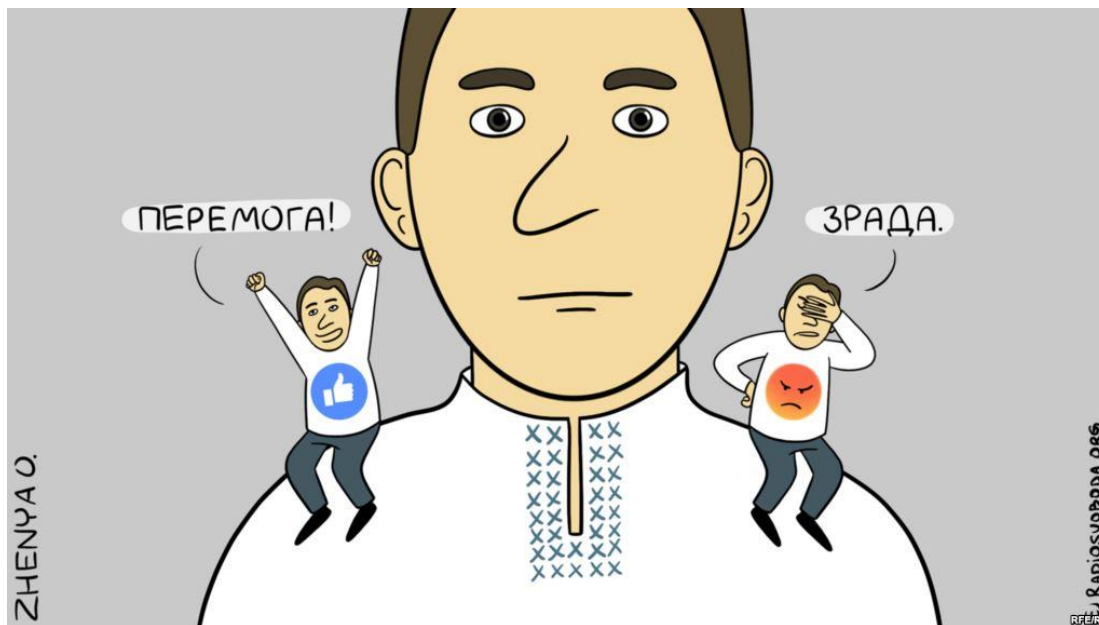


Рис. 2



Рис. 3

Іншу статистику бачимо у фейсбук-спільноті «Общество нудных престарелых мизантропов». Тут користувачі можуть обмінюватись власними або знайденими у Інтернеті мемами. Увагу звертають на тематику та форму подачі (мизантроп — той, хто ненавидить людей, цурається їх [24]), а не дотримання авторських прав. Наприклад, адміністрація пабліку зреагувала на рішення про надання безвізового режиму з

країнами ЄС для громадян України, схвалене Європарламентом 6 квітня 2017 р. У той самий день на сторінці з'явилася публікація «Хто буде останній виїжджати по безвізу, виключіть в Чопі світло» [25]. За два дні вона набрала понад 8,7 тисяч «лайків», 72 коментарі та 2 340 перепостів.

Чоп — не лише місто обласного значення в Закарпатській області, а й пункт пропуску на кордоні з Угорщиною, навантаження якого — одне з найбільших в Україні. Жарт обігрує відомий застережний напис: «Йдучи, гасіть світло!». Пост можна б було трактувати як приниження українців, які так швидко побіжуть закордон, що нікого у країні не лишиться. Але знаючи трохи контекст (розмови про впровадження безвізового режиму ведуться майже десятиліття, а прийняте рішення має чимало умов [26]), бачимо гірку самоіронію. До того ж, той самий припис з'явився у іншому гумористичному публіку ще у листопаді 2016 року [27], без посилання на джерело. Та й у спільноти «Общество нудних престарелих мізантропов» є клон з такою самою назвою, де цей пост також було опубліковано 6 квітня 2017 року (рис. 4). Пошук у Facebook видає найстаршим допис, датований 17 листопада 2016 року. З нього можна зрозуміти джерело — мікроблог Перрі Качкодзьоб (@ua\_frame). Тут читаємо: «Хто буде останній виїжджати по безвізу — вимкніть світло в Чопі» [28] (рис. 5).

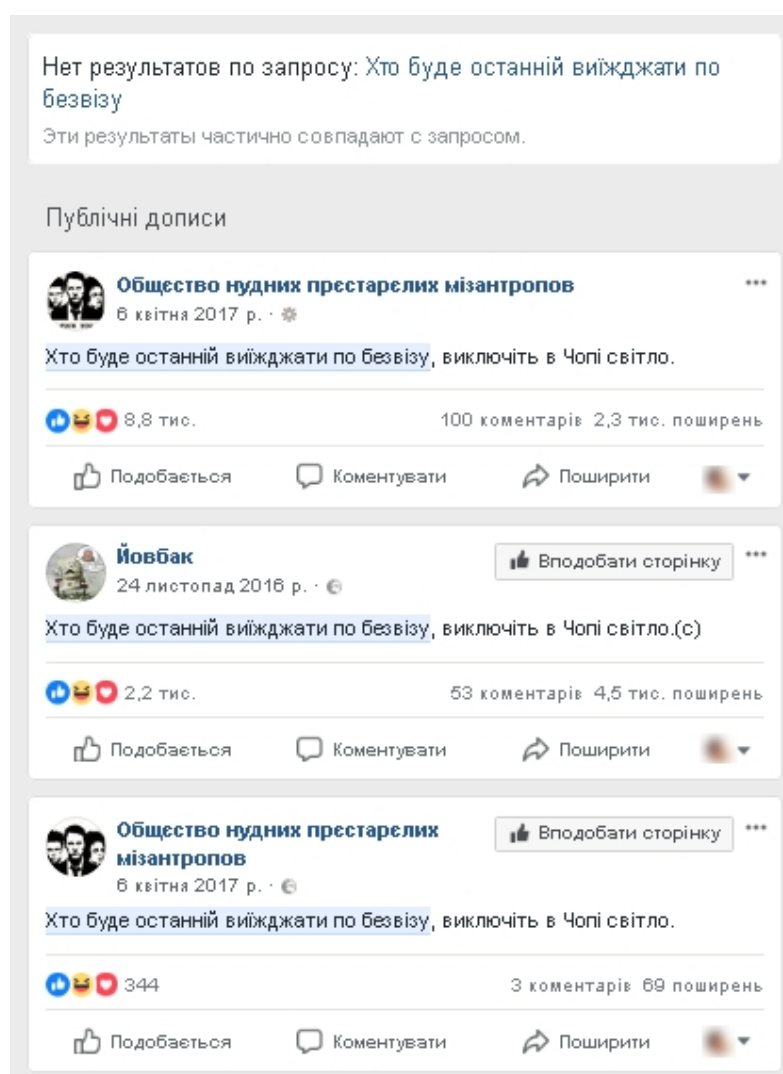


Рис.4



Перрі Качкодзьоб

@ua\_frame



Хто буде останній виїжджати по безвізу -  
ВИМКНІТЬ СВІТЛО В ЧОПІ

Перевести твіт

8:00 - 17 нояб. 2016 г.

Рис.5

Серед коментарів дописувачіву першій згадуваній спільноті трапився важливий приклад візуального фольклору: три «Почекуни» в капелюхах-циліндрах з підписом «МЕЖЪ ЖДУНАМИ ТАЕТЪ ЛЕДЪ» (рис. 6). Цей медіатекст містить принаймні три алюзії: на пісню українського гурту «Гриби» («Таєт лед»), скульптуру нідерландської художниці Маргріт ван Бріфорт «Homunculus loxodontus» і псевдоаристократизм. Кожна є окремим фольклорним трендом. Наприклад, офіційний кліп гурту «Гриби» на каналі YouTube за місяць подивилися понад 42 мільйони користувачів, серед 50 тисяч коментарів є відверто фольклорні тексти, створено чимало пародій і каверів [29]. «У реакції на кліп добре видно сучасну «культуру співучасті» (participatory culture): пасивні спочатку глядачі / споживачі беруться за домислювання створених професіоналами творів або пошук нових ракурсів в їх сприйнятті» [30]. Іронічність оригіналу у пародіях може трансформуватися в інші жанри комічного.



Рис. 6

Потерпають від «свободи Інтернету» — і свободи-гумору, зважаючи на Деякі автори тлумачення, надані на початку статті. Принаймні, художниця Надія Кушнір, що створила популярного нині персонажа Гуся. Безліч дописів на її фейсбук-сторінці присвячено саме темі використання чужого доробку без дозволу [31]. Зауважимо: наші дослідження показують, що можливості відстояти авторські права, створюючи потенційно «вірусний» контент (меми), примарні.

Кожен малюнок Надії Кушнір, що публікується в офіційній спільноті, супроводжений приписом (рис. 7). Без тексту посту зміст ілюстрації — яка також зазвичай складається з малюнку і слів — є іноді діаметрально протилежним. Ця відмітність вагома в контексті дослідження творчості художниці з позицій медіаосвіти.

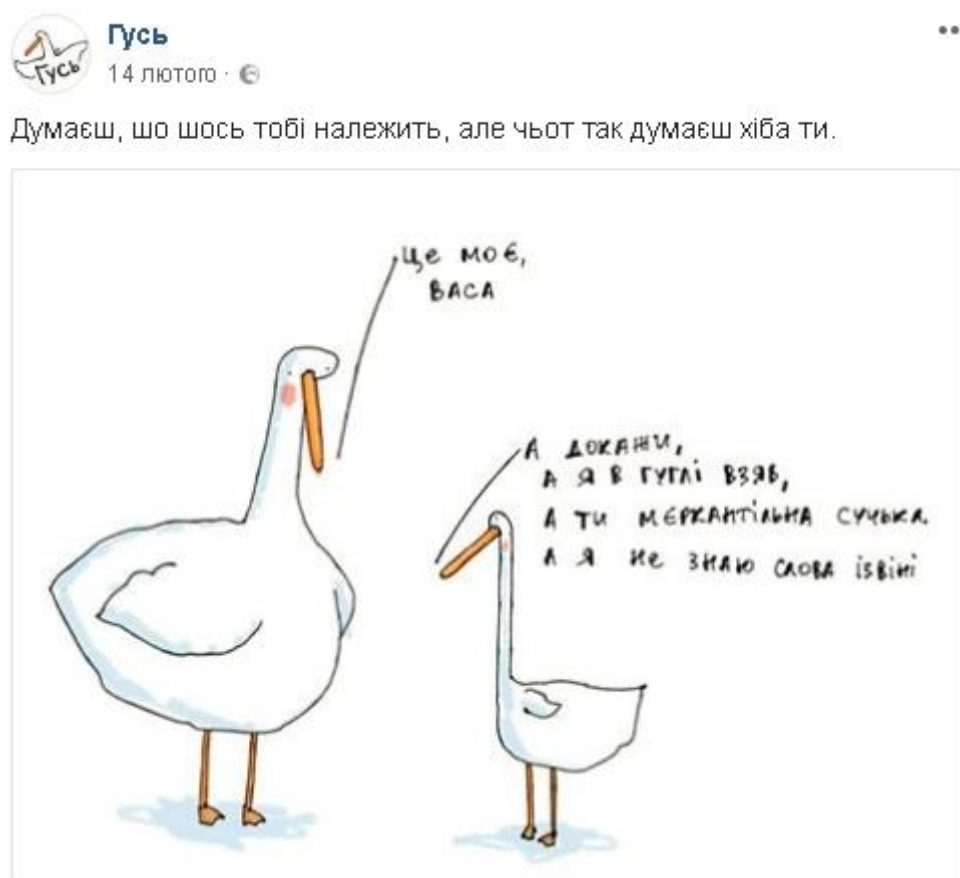


Рис.7

Інший приклад — «комікси про українські мас-медіа та інші веселі картинки» (рис. 8) художниці Оксани Васьків-Кукул, які послідовно поширює Mediacomics [32]. «Я не фотожабер, я художник мемів», — жартівливо уточнює авторка в одному з творів. А ось пояснення на сторінці Богдана Процишина (рис. 9) чітке: «фотошопер — задушевник у всієї прогресивної частини людства, міністр жаб...» [33]. Обидва дописувачі менш популярні за Надію Кушнір, але кількість підписувачів на сторінках — десятки тисяч.





Рис. 8

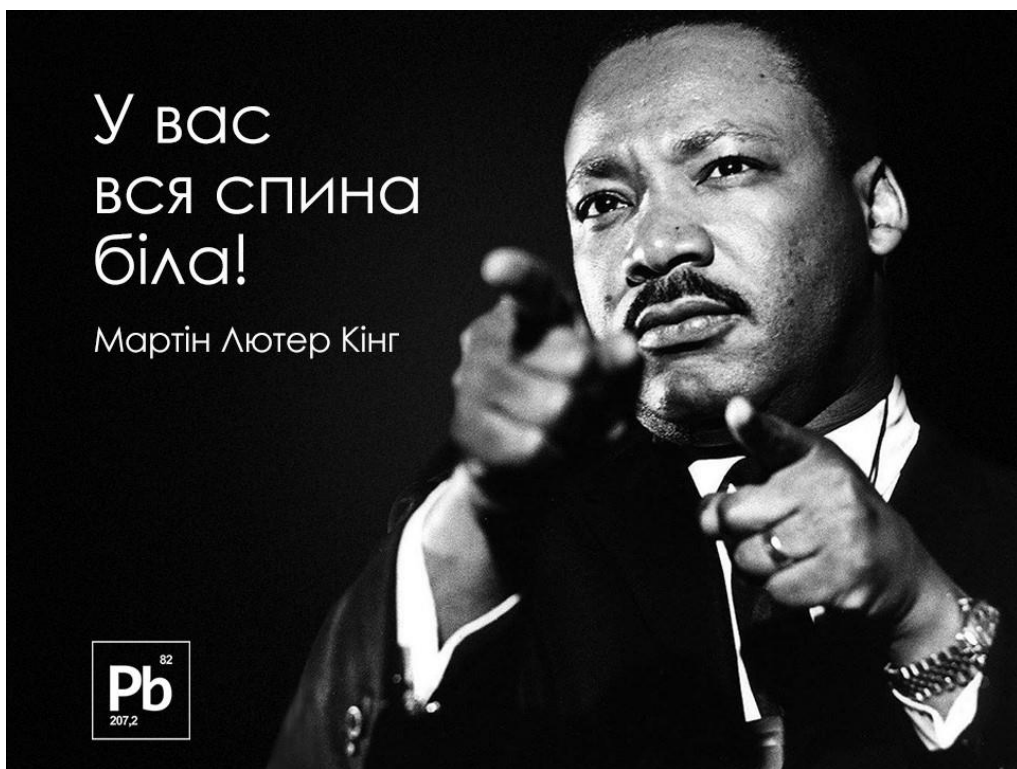


Рис. 9

До низки ресурсів, які можуть використовуватись школярі для додаткової підготовки з програмних предметів, варто додати «Файні мему про українську літературу» [34]. Хоча там трапляється чимало прикладів нетолерантності і нетерпимості, але переважно всі вони — з класичної української літератури (рис. 10, 11). Отже, дають змогу проаналізувати, що транслюють молоді тексти з програми, а також тлумачення змісту творів юними читачами.



Рис. 10

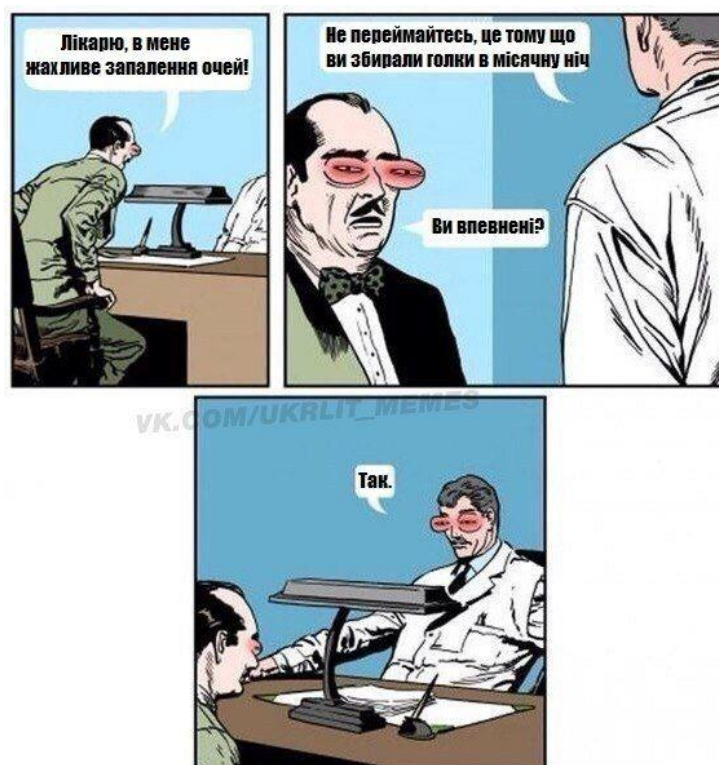


Рис. 11

Таким чином, у інтернет-просторі можна знайти інформацію про тематичні та дискурсивні пріоритети користувачів — його «мешканців» і споживачів. Знаряддя потурання користувацьким інтересам, за бажання, не важко отримати, бо усю статистику ретельно збирають пошуковики, соціальні мережі тощо [35]. Водночас, принциповий плюралізм мережевого «збірника» приваблює дослідників тим, що дає інструменти для виявлення найстійкіших і найтипізованіших традицій інформаційного споживання та комунікативного впливу на аудиторію. Хороші приклади того й іншого можна знайти у мемах. Завдяки притаманній мемам специфіці вони поширюються «природнім шляхом» (чим викликають незадоволення авторів) і мають обумовлений суспільними причинами цикл існування. Їх вивченню допомагають «профільні» сайти та сторінки у соціальних мережах, які продукують чи агрегують меми.

Використовуючи меми як ілюстрації або/та предмет аналізу під час медіаосвітніх занять, не слід відкидати гумористичне трактування. Водночас, завжди варто зважати, що емоція, яка проявляється сміхом, так само допомагає маніпулюванню свідомістю. Меми завжди є емоційно зарядженими. Не помічаючи у них порушення серйозних суспільних проблем, ми обмежуємо власні дослідження. Проте, на наш погляд, додаючи у поле медіаграмотності фольклор, можна розробити інструмент протидії маніпуляціям та інформаційним війнам, дієвіший за усі існуючі.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Жарт // Словник української мови: в 11 т. Т. 2, — К.: Наукова думка, 1971. — С. 511.
2. Бахтин М. М. Творчество Франсуа Рабле и народная культура средневековья и Ренессанса / М. М. Бахтин. — М.: Эксмо, 2015. — 640 с.
3. Аверинцев С. С. Бахтин, смех, христианская культура / С. С. Аверинцев // М. М. Бахтин как философ. — М.: Наука, 1992, — с. 7-19.
4. Гумор // Словник української мови: в 11 т. Т. 2, — К.: Наукова думка, 1971. — С. 194.
5. Навчальна програма «Медіаосвіта (медіаграмотність)» (для слухачів курсів підвищення кваліфікації педагогічних і науково-педагогічних працівників) [Електронний ресурс]. — К., 2013. — 63 с. — Режим доступу: <http://www.medialiteracy.org.ua/index.php/34-prohramy-lektsii-dlia-vykladachiv-vnz/57-program-for-students.html>.
6. Іванова Н. Теорія фольклору: джерела, питання поетичної аналітики, проблеми викладання [Електронний ресурс] / Н. Іванова, О. Киченко // Літературознавство. Фольклористика. Культурологія. — 2015. — Вип. 18-20. — С. 7-15. — Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Lfk\\_2015\\_18-20\\_3](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Lfk_2015_18-20_3).
7. Кімакович І. Український фольклорний анекдот як гуманітарна цінність та гуманістичний ідеал: перспективи вивчення [Електронний ресурс] / І. Кімакович // Народознавчі зошити. — 2010. — № 1-2. — С. 273-279. — Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/NaZo\\_2010\\_1-2\\_35](http://nbuv.gov.ua/UJRN/NaZo_2010_1-2_35).
8. Оленина Е. О. Реклама и народное творчество: фольклор и китч в рекламе [Електронний ресурс] / Е. О. Оленина // Гуманітарний часопис. — 2013. — № 1. — С. 82-89. — Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/gumc\\_2013\\_1\\_13](http://nbuv.gov.ua/UJRN/gumc_2013_1_13).
9. Бріцина О.Ю. Фольклор [Електронний ресурс] // Енциклопедія історії України: Т. 10: Т-Я / Редкол.: В. А. Смолій (голова) та ін. НАН України. Інститут історії України. — К.: Наукова думка, 2013. — 688 с. — Режим доступу: <http://www.history.org.ua/?termin=Folklor>.
10. Неклюдов С. FAQ: Постфольклор [Електронний ресурс] / Сергей Неклюдов. — Режим доступу: <https://postnauka.ru/faq/11073>.
11. Бережний В. А. Анекдот у сучасному гуманітарному дискурсі [Електронний ресурс] / В. А. Бережний // Наукові записки Бердянського державного педагогічного

- університету. Сер. : Філологічні науки. — 2016. — Вип. 9. — С. 183-193. — Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/nzbdpufn\\_2016\\_9\\_26](http://nbuv.gov.ua/UJRN/nzbdpufn_2016_9_26).
12. Бережной В. А. Интернет-мем и анекдот: к постановке проблемы / В. А. Бережной // Вісник Запорізького національного університету. Філологічні науки. — 2014. — № 1. — С. 135-144. — Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vznu\\_fi\\_2014\\_1\\_20](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vznu_fi_2014_1_20).
  13. Докінз Р. Егоїстичний ген / Річард Докінз. — Харків: Клуб сімейного дозвілля, 2017. — 544 с.
  14. Меме [Електронний ресурс] // Oxford Dictionaries. — Режим доступу: <https://en.oxforddictionaries.com/definition/meme>.
  15. МАФ [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [https://web.archive.org/web/20170806135425/http://www.shagi.ranepa.ru:80/maf/ab\\_out/](https://web.archive.org/web/20170806135425/http://www.shagi.ranepa.ru:80/maf/ab_out/).
  16. Архипова А. Год в анекдотах [Електронний ресурс] / Александра Архипова // Полит.ру. — Режим доступу: <http://polit.ru/article/2015/04/01/jokes>.
  17. Know Your Meme [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://knowyourmeme.com>.
  18. Мемотека [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://memepedia.ru/memoteka>.
  19. Категория: Мемы [Електронний ресурс] // Луркоморье. — Режим доступу: <http://lurkmore.to/%D0%9A%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%B3%D0%BE%D1%80%D0%B8%D1%8F:%D0%9C%D0%B5%D0%BC%D1%8B>.
  20. Давай по новой, Миша [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://memepedia.ru/davaj-po-novoj-misha-vsyo-xujnya>.
  21. Год в поиске [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://trends.google.ru/trends/yis/2017/GLOBAL>.
  22. Сайт новостного издания Куля News // Студия Вольтер [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.volter.org/sajt-novostnogo-izdaniya-kulya-news.html>.
  23. Карикатура дня [Електронний ресурс] // Радио Свобода. — Режим доступу: <https://www.svoboda.org/z/16979>.
  24. Мізантроп // Словник української мови: в 11 т. Т. 4, — К.: Наукова думка, 1973. — С. 730.
  25. Кто буде останній виїжджати по безвізу, виключіть в Чопі світло [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www.facebook.com/onpmrestored/posts/621765328015365>.
  26. Сидоренко С. Без віз, та не без правил: як працюватиме на практиці безвізовий режим з Євросоюзом / Сергій Сидоренко // Європейська правда [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.eurointegration.com.ua/articles/2017/04/6/7064150>.
  27. Кто буде останній виїжджати по безвізу, виключіть в Чопі світло [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [https://www.facebook.com/permalink.php?story\\_fbid=1145053415571983&id=842621772481817](https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=1145053415571983&id=842621772481817).
  28. Кто буде останній виїжджати по безвізу — вимкніть світло в Чопі [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [https://twitter.com/ua\\_frame/status/799281084513058816](https://twitter.com/ua_frame/status/799281084513058816).
  29. Между нами тает лед. Десять отличных пародий и каверов на хит «Грибов» [Електронний ресурс] // Meduza. — Режим доступу: <https://meduza.io/slides/mezhdu-nami-taet-led>.
  30. Архипова А. Фольклор «на лабутенах». Как «лабутены» из песни Шнура «Экспонат» зашагали по сети и по жизни [Електронний ресурс] / Александра Архипова, Мария Волкова, Данила Рыговский // COLTA.RU. — Режим доступу: <http://www.colta.ru/articles/society/10975>.
  31. Гусь [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www.facebook.com/thegooseishere>.
  32. Mediacomics [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www.facebook.com/mediacomics>.

33. Процишин Богдан [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www.facebook.com/terytoria>.
34. Файні меми про українську літературу [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://t.me/fmupl>.
35. Як під мікроскопом. Facebook та Google знають про нас набагато більше, ніж ми можемо уявити [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [http://texty.org.ua/pg/article/editorial/read/84792/Jak\\_pid\\_mikroskopom\\_facebook\\_ta\\_google\\_znajut](http://texty.org.ua/pg/article/editorial/read/84792/Jak_pid_mikroskopom_facebook_ta_google_znajut).

*Цель медиаобразования — научить критическому восприятию любых медиатекстов. Для этого разработаны многочисленные инструменты анализа. Бесспорно, медиаграмотные люди должны серьезно относиться к информации, которую потребляют, производят и распространяют. Народное творчество называют фольклором. Коллективно создаваемые тексты (в широком смысле слова) играли значительную роль в любой культуре с древнейших времен, ошибкой будет принижать значение подобных феноменов сегодня. Статья посвящена определению современного фольклора, прояснению состояния изученности и поискам места в поле медиаграмотности.*

**Ключевые слова:** медиаобразование, медиаграмотность, фольклор, Постфольклор, интернетлор, смеховая культура, критическое мышление, мэм, пропаганда

*The goal of Media Education is to teach the critical perception of any media texts, which is achieved by providing explanations and numerous analysis tools. Specifically, media literate people should take seriously the information which they consume, produce, and share.*

*Common folk art is called folklore. Collectively created texts (in the broadest sense) played a major role in any culture since ancient times. It is a mistake to underestimate the value of such phenomena in the present day.*

*The article is devoted to the definition of the modern folklore, the state of its study and finding its place in the field of media literacy.*

**Key words:** media education, media literacy, folklore, post-folklore, internetlore, laughter culture, critical thinking, meme, propaganda