

РОЗДІЛ 10 ФОЛЬКЛОРИСТИКА

УДК [316.774:004]:32

DOI <https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2021.18.54>

МЕМИ І МЕСЕДЖІ: ЯК РОЗВАЖАЛЬНИЙ КОНТЕНТ РОЗКРИВАЄ ПОЛІТИЧНІ ТЕМИ

MEMES AND MESSAGES: HOW ENTERTAINING CONTENT REVEALS POLITICAL TOPICS

Старкова Г.В.,

orcid.org/0000-0002-2424-7732

кандидатка культурології,

доцентка кафедри управління соціальними комунікаціями

Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця

Розважальний контент – невід’ємний елемент сучасної сміхової культури та медіаспоживання. Звичним джерелом такого змісту є соціальні мережі. Мем – візуальний або аудіовізуальний твір найчастіше гумористичного характеру – можна назвати всюдисущим різновидом розваги для сучасного користувача. Деякі автори займаються створенням такого контенту, але його основні риси – контекстуальність і вірулентність. Через це, з одного боку, майже неможливе однозначне тлумачення, наявне обмеження цільової аудиторії та впливу через донесення певної інформації, з іншого – майже неможливо відстежити першоджерело. Мем значною мірою подібний до анекдоту – є іронічною реакцією на реальні ситуації або феномени.

Специфіка українського користувача – особливо у східній, південній і центральній частинах країни та за кордоном – споживання російськомовного контенту. Наприклад, надані студентами Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця зразки мемів переважно російськомовні. Це загрожує викривленням сприйняття суспільства та державної політики, адже споживання аудіовізуального контенту призводить до толерування зображуваного.

Проте є чимало пабліків / спільнот і сторінок у соціальних мережах з українським контентом. Усі вони так чи так відображають ставлення до ситуації в державі або поза нею.

Сторінка “GONI Мемаси» не позиціонує себе як політична, але найчастіше надає контент такого характеру. Її автор – рівненський ведучий і діджей Михайло Юрчук (Micik Gonibez). Він створює мемів не щодня, але іноді кількість опублікованого налічує десятки. Усе залежить від того, чи викликає щось реакцію автора. Михайло Юрчук широко використовує так звані шаблони мемів для створення власного контенту, але часто додає тло жовтого кольору й обов’язково – напис “GONI”. За цими ознаками авторські зразки легко ідентифікувати в добірках інтернет-засобів масової інформації.

Ключові слова: політика, суспільство, фольклор, мем, меседж, медіа, соціальна мережа.

Entertainment content is an integral part of modern laughter culture and media consumption. The usual source of such content is social networks. A meme – a visual or audiovisual work of often humorous nature – can be called a ubiquitous form of entertainment for the modern user. Some authors create similar content, but its main features are contextuality and virulence. Because of this, on the one hand, it is almost impossible to interpret unambiguously. There is a limitation of the target audience and influence due to the delivery of certain information; on the other – it is almost impossible to trace the source. The meme is very similar to an anecdote – it is an ironic reaction to real situations or phenomena.

The specifics of the Ukrainian user (especially in the eastern, southern, and central parts of the country and abroad) is the consumption of Russian-language content. For example, the samples of memes provided by the Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics students are mainly in Russian. This threatens to distort society’s perception and public policy because the consumption of audiovisual content leads to tolerance of the image.

However, there are many publics (communities) and pages on social networks with Ukrainian content. In one way or another, all of them reflect the attitude to the situation in the country or abroad.

The GONI Memas page does not position itself as political, but most often provides the content of this nature. Its author is Rivne presenter and DJ Mykhailo Yurchuk (Micik Gonibez). He does not create memes every day, but sometimes the number of published is calculated in dozens. It all depends on whether something provokes a reaction from the author. Mykhailo Yurchuk makes extensive use of so-called meme templates to create his content but often adds a yellow background, and the inscription “GONI” is a must. According to these features, the author’s samples are easy to identify in the selections of online media.

Key words: politics, society, folklore, meme, message, media, social network.

Постановка проблеми. У повсякденній мові термін «мем» найчастіше уживається на позначення аудіовізуального контенту – зображення або відео, – який завдяки своїй гумористичності або актуальності копіюється та швидко поширюється користувачами інтернету [1, с. 233]. За формальними ознаками мему є різновидом сучасного фольклору [2]. Так само вони допомагають поширенню конкретних тем, наприклад політичних.

Нині мему настільки популярні, що інформаційні інтернет-портали роблять регулярні добірки найсмішніших, краших, тематичних тощо. Зокрема, такі поважні загальноукраїнські видання, як hromadske.ua, «Українська правда», УНІАН, Цензор.НЕТ. Поява таких публікацій незіставна із професійними стандартами, зазвичай редакції не роблять жодного аналізу, у найліпшому разі – невеликі коментарі щодо змісту мему з посиланнями на попередні інформаційні матеріали за темою. Добірки є суто розважальними і не несуть корисної інформації. Навіть більше, виражена в жарті позиція, що з'являється на сторінках «серйозних» видань, завдяки емоційній зарядженості запам'ятовується краще, а отже, іноді стає вагомішою за факти. В інформаційній журналістиці це неприйнятно для будь-яких тем, для суспільно-політичних і поготів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Українські дослідники аналізують мему в категоріях різних гуманітарних наук, але найчастіше – у контексті інформаційних війн. Наприклад, стаття Людмили Павлюк присвячена дослідженню мемів у масмедійних репрезентаціях російсько-української гібридної війни [3]. Варто підкреслити, що вчені Російської Федерації також активно досліджують сучасний мережевий фольклор, їхні доробки, безсумнівно, варто розглядати крізь призму державної пропаганди та намагатися уникати цитування.

Водночас розбудови дослідницької групи «Моніторинг актуального фольклору» виглядають відповідними загальносвітовому контексту. Так, у статті «Життєвий цикл мему в чайках, бакланах і качечках» [4] доводиться, що мем – одиниця інформації, що має дві властивості: 1) містить «запакований» та потенційно змінюваний комплекс значень; 2) для розшифровки повідомлення («розпакування») потрібне знання контексту, до якого відсилає мем. Дослідники нагадують, що така здатність в семіотичній теорії Чарльза Пірса притаманна знакам-індексам – у процесі існування мем так само швидко стає індексом із кількома означуваними. Висловлення за допомогою індексів часто є ігровим, а іноді обставляється

підкреслено «дитячою» поведінкою. Це, переконані вчені, має одну функцію – створювати відчуття, що висловлене безпечно, наприклад позаполітичне, а також знайти та закріпити нові означувані, які служать для впізнання «своїх». Адже «здатність зчитувати мему передбачає наявність спільного знання, тому об'єднує людей, а успішні мему сприяють складанню групової ідентичності» [4, с. 301].

За допомогою індексів ми отримуємо нові комунікативні можливості. Якщо йти далі, то мем можна вбудувати в соціологію, яку вправно аналізує Оксана Просяник [5], але це потребує окремого дослідження. Категоріальний апарат семіотики дозволяє науковцям вписати мему в логіку філології, мовознавства, культурології тощо.

Постановка завдання. Історії відомі приклади, коли нову хвилю популярності фольклорні твори отримували в обробці професійного митця (наприклад, «Щедрик» Миколи Леонтовича). Іноді – навпаки, інформація про автора губилася (це стосується, серед іншого, деяких віршів Тараса Шевченка). Категорія авторства здавна є умовною для усної народної творчості, популярність зразків якої зумовлена актуальністю порушених тем для широких верств [7]. З поширенням інтернету проблема авторства та дотримання прав творців вийшла на інший рівень, бо з'явилася можливість для нескінченного неконтрольованого копіювання [8]. Першоджерело майже неможливо відстежити, якщо воно не буде вказано (у програмному коді, на зображенні тощо). Якщо на першому місці для користувача – прагнення розважитися, то зрозумілий, підкріплений емоціями зміст для нього важливіший за все інше.

Мережевий фольклор не втрачає і рис, притаманних авторським творам: закладені від початку думки не лише поширюються, а й привласнюються. Мему, безсумнівно, не слугують єдиним джерелом інформації, однак вони вбудовуються в «інформаційну бульбашку» людини та «підсилюють» її [3]. Неможна недооцінювати таку особливість у жодному разі, а особливо ж у суспільно-політичних темах, бо індекси вказують на негативні, на думку аудиторії, явища. Тому інститути влади охоче привласнюють знаки-індекси або борються з ними [4], залежно від політики.

Мешканці України – дуже строката аудиторія. Хоча з початком російської агресії намітилися тенденції до формування громадянської ідентичності, соціокультурний простір країни – «складна взаємодія різних ідентичностей – національних, етнічних, політичних, соціальних, культурних, релігійних, регіональних, на які, у свою чергу,

впливають процеси міжкультурні комунікації, культурної дифузії, актуалізації етнокультурних смислів та контекстів, процеси продукування регіональних групових етнокультурних та соціокультурних ідентичностей» [9, с. 361]. Законодавче унормування останніми роками забезпечило населення україномовними навчанням, сферою послуг, друкованими виданнями, кіно та телебаченням, але перехід у побуті триватиме ще довго. Можна впевнено стверджувати, що «несерйозні» меми й інші розваги зрозумілою з дитинства мовою – останнє, від чого відмовляться користувачі. Це тією чи іншою мірою стосується всіх прикордонних регіонів, але вплив російськомовного контенту найбільш поширений. За останніми соціологічними опитуваннями, сукупно російську мову в побуті використовують понад половина населення України [10].

Наприклад, студенти Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця охоче споживають російськомовні меми [1; 2]. Часто вони транслиують елементи поширеної Російською Федерацією через спеціально створені для цього канали дезінформації [11]. На початку пандемії COVID-19 студенти надали понад 200 зразків тематичного мережевого фольклору, що їм сподобалися. Серед них кілька про діяльність Білла Гейтса в боротьбі з розповсюдженням вірусу. Наприклад, він ніби із супутника «опромінює» мешканців Підмосков'я «гомосексуалізмом» (для українського суспільства, яке, передусім офіційно, цілком толерує ЛГБТІ, це менш актуальна тема) або на тлі салюту та «рептилоїдів» вітає із «Днем чіпування» (яскрава алюзія на День Перемоги, який, скажімо, в Україні має вже зовсім інший візуальний код).

Сучасна сміхова та розважальна культури напряму пов'язані з медіаспоживанням. Переважно це стосується соціальних мереж. Нині існує чимало сторінок з українським контентом. Усі вони так чи так відображають ставлення до ситуації в державі або поза нею, але доцільно роздивитися принаймні один конкретний приклад.

Виклад основного матеріалу. Facebook-сторінка *GONI Мемаси* [12] – не найпопулярніша україномовна, за нею стежать майже 26,5 тисяч користувачів. Є, наприклад, «Баба і кіт» – приблизно 480 тисяч, «Мемаграм» – понад 155 тисяч. Проте ступінь поширення контенту у будь-якого зі згаданих ресурсів більший, адже їхні дописи не лише репостять користувачі, а й регулярно – з посиланням на першоджерело або без – додають у свої добірки інтернет-медіа. І в цьому сенсі позиція *GONI Мемаси* ліпша, адже в контенту

є специфічне візуальне оформлення: тло пісочно-жовтого кольору та напис “GONI” з розтягнутою буквою “O”. Його розробив автор – рівненський ведучий, діджей і графічний дизайнер Михайло Юрчук (Micik Gonibez). Сторінка наповнюється не щодня. Як пояснює сам творець, усе залежить від того, чи з’являється в інформаційному полі те, що викликає емоційну реакцію. Тут і далі ми цитуватимемо інтерв’ю на youtube-каналі “radiopause” [13].

«Я не є на 100% автором усіх мемів, я це називаю компілятивний плагіат, тобто там підглянув, там дочув, там своє додумав, і вийшов мем. Або візуалізація. Тобто десь ти побачив цікаву фразочку у стрічці новин. Якщо я встиг помітити, чия це фразочка, то я відмічаю людину», – зауважує М. Юрчук, додає, що через такий спосіб створення контенту не дуже ображається, коли його меми поширюють без посилання.

Через відносно малу популярність сторінки автор не вважає, що є лідером думок і може формувати суспільну думку. Він не позиціонує *GONI Мемаси* як сторінку на політичну тематику, але вона переважає. М. Юрчук констатує, що жарти часто «не заходять» підписникам, адже він бачить інформацію раніше, тому доводиться пояснювати контекст.

Позицію М. Юрчука легко визначити за його словами (нумерація за згадуванням в інтерв’ю, а не за важливістю тем):

1. Жорстка критика політики Російської Федерації, особливо її агресії проти України. «Я жартую. Я не аналітик, не журналіст, просто є можливість пожартувати. Не зло, а іноді зло. Але, знову-таки, без погрожування життю. Не люблю таких. Жарт повинен бути жартом. Жарт може бути нижче пояса, жарт може бути вище пояса, може бути сарказм, але про когось там вбити <...> окей, тільки про сепаратистів».

2. Критика негативних дій влади України. «Мем – просто звичайна реакція на якусь подію. Дякуючи зміні влади в Україні, хоча й у попередньої влади було багато приколів, з яких можна було посміятися, сучасна влада надає щоденний потік інфоприводів, з яких можна як мінімум злобно посміятися».

3. Критика українців, які публічно проявляють проросійську позицію. «Люди підписувалися купами. «Ах, він про Пороха (Петро Порошенко – *авт.*) пожартував». «Боже, ти вже перевзувся», «Уже в зелених кедах» (натяк на партію «Слуга народу», яка має айдентику зеленого кольору – *авт.*). Тобто люди в хейтингу Зеленського в цій справі (ідеться про введення

санкцій проти проросійського бізнесмена Віктора Медведчука – авт.), що хоча б трохи «нагнули» Медведчука. Втрачається радість, коли ти хочеш знайти ввакування в цій ситуації. Порадійте пару днів. Так, потім впливли всякі моменти, що його прикрили, але не прикрили, а канал уже новий з'явився, і ще таке, тобто він викручується. Да, тут уже можна напружуватись. А ці пару днів – порадійте, що Медведчуку погано. Просто порадійте, хто б це не зробив».

Хоча список, вірогідно, не вичерпний, автор використовує меми-індекси відповідних тем на сторінці *GONI Мемаси*.

Наприклад, 12 липня 2021 р. на офіційному інтернет-порталі президента Російської Федерації публікують статтю Володимира Путіна «Про історичну єдність росіян та українців». Наступного дня на неї прореагував М. Юрчук, який виставив мем, на якому козацький ватажок перед озброєним загоном закликає: «В сторону криків «аді-нарот» – вогонь». Допис набрав 1,7 тис реакцій, 8 коментарів та 237 поширень.

У мемі від 23 червня М. Юрчук на шаблоні з героєм фільму «Джанго вільний» Келвіном Кенді у виконанні Леонардо Ді Капріо візуалізує новину, що в тимчасово окупованій Ялті крокодили, які втекли з тераріуму під час повені, покусали російського військового. Шаблон має дві частини: 1) К. Кенді ніби почув щось і озирнувся; 2) крупний план і допис з реакцією героя. У зразку він каже: «Крокодилам слава», що натякає на відомий патріотичний лозунг: «Слава Україні! – Героям слава!». Допис набрав 1,7 тис реакцій, 31 коментар та 109 поширень.

Багато мемів М. Юрчук присвячує членам Офісу Президента, щодо яких є підозри про обстоювання російських інтересів. Передусім це стосується голови Офісу Президента Андрія Єрмака та його радника Олексія Арестовича. Автор зазвичай вдається до образ. Так, 15 червня на сторінці *GONI Мемаси* з'явився креолізований текст, на якому зображено два фрагменти з мультфільму про Дональда Дака: на одному качка прокидається серед ночі із фразою «А може,

Арестовича катують?! І змушують писати і говорити всіляку прутню», на іншому – відвертається, засинає з думкою «Та ні <...> Так вміло вдавати конченого неможливо». Допис набрав 1,3 тис реакцій, 20 коментарів та 131 поширення.

Мем від 7 липня є реакцією на привітання головою фракції «Слуга народу» у Верховній Раді Давидом Арахамією зі сторіччям Комуністичної партії Китаю (далі – КПК), яке опублікували засоби масової інформації раніше в той самий день. М. Юрчук додав обличчя політика до стилізованої фотографії засновника КПК Мао Цзедуна. Допис набрав лише 587 реакцій, 16 коментарів та 39 поширень. Це може говорити про складний код, який не дозволив «розшифрувати» мем, або про те, що аудиторію ця надважлива та показова для нинішньої влади тема не зацікавила. Адже привітання та схвальні відгуки партійного високопосадовця України про Комуністичну партію Китаю розходяться з офіційною позицією щодо розвитку демократії та подальшої євроінтеграції. США – один із стратегічних партнерів України в її боротьбі за відновлення цілісності територій – уважають КНР своїм найголовнішим ворогом. Такі приклади дозволяють зрозуміти, які теми потрібно висвітлювати та пояснювати, наприклад, європейським і американським інформаційним проектам в Україні («Радіо Свобода», «Голос Америки» тощо).

Висновки. Основний недолік розважального аудіовізуального контенту – формування лояльності до способу тлумачення порушених тем. Водночас передбачити охоплення згубного впливу та способи його застосування навряд чи можливо, що не дає такої «зброї» стати стовідсотково надійною [1, с. 233].

Аналіз мемів однієї зі сторінок надає змогу напрацювати алгоритми, які потенційно можна застосувати для інших випадків. Великий потенціал вбачається в розкритті політичних тем, як-от ступінь поширення якогось розважального контенту може слугувати показником адекватності соціологічних досліджень. Беззаперечно, потрібно враховувати «інформаційну бульбашку», зокрема тих, хто проводить дослідження.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Information wars in the post-Soviet media: infodemic and means of its neutralizing / I. Ivanova et al. *Revista San Gregorio*. 2021. № 44. P. 228–240.
2. Старкова Г. Сучасний фольклор і медіаграмотність: точки дотику. *Практична медіаграмотність: міжнародний досвід та українські перспективи* : збірник статей Шостої міжнародної науково-методичної конференції. Київ : Центр Вільної Преси, Академія української преси, 2018. С. 41–53.
3. Pavlyuk L. Memes as markers of fakes and propaganda topics in media representations of the russian-ukrainian conflict. *Visnyk Natsionalnoho universytetu "Lvivska politekhnika"*. Serie "Zhurnalistski nauky". 2019. № 3. P. 87–94. DOI: 10.23939/sjs2019.01.087

4. Жизненный цикл мема в чайках, бакланах и уточках / А. Архипова и др. *Искусство кино*. 2018. №№ 1–2. URL: <https://cutt.ly/FQq13Rj>
5. Просяник О. Фердинанд де Соссюр: деміфологізація концепції : монографія. Харків : Харківське історико-філологічне товариство, 2018. 276 с. ISBN 978-966-1630-40-5
6. Денисюк Ж. Постфольклор інтернет-комунікації в аксіологічному вимірі. Київ : НАКККіМ, 2017. 384 с. ISBN 978-966-452-268-4
7. Лисюк Н. Фольклор як політична зброя. *Слово і час*. 2005. № 11. С. 65–71.
8. Кравчик-Василевська В. Електронний фольклор як явище цифрової культури. *Слов'янський світ* : щорічник. Київ. 2009. Вип. 7. С. 127–138.
9. Римаренко С. Трансформації соціокультурного простору України. *Гілея* : науковий вісник. 2016. Вип. 114. С. 361–366. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/gileya_2016_114_94
10. Динаміка соціально-політичних настроїв та оцінок населення України, червень – липень 2021 р. URL: <https://smc.org.ua/wp-content/uploads/2021/07/SMC-2021-07-14.pdf>
11. Огляд дезінформації пропагандистських ЗМІ від 19 квітня 2020 р. URL: <https://www.nrada.gov.ua/oglyad-dezinformatsiyi-propagandystskiyh-zmi-vid-19-kvitnya-2020-roku/>
12. GONI Мемаси. URL: <https://www.facebook.com/gonimem/>
13. Розмови. *GONI Мемаси*. URL: https://youtu.be/g9aRIQ_2FBk

УДК [398.91/.94:81'373.42]:81-112](=161.1/.2)
DOI <https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2021.18.55>

ДО ПРОБЛЕМИ МІЖЖАНРОВИХ ВЗАЄМОЗВ'ЯЗКІВ У ФОЛЬКЛОРИ: АНЕКДОТ – ПРИСЛІВ'Я

ON THE ISSUE OF INTERGENRE CONNECTIONS IN FOLKLORE: ANECDOTE – PROVERB

Шимків Я.В.,

orcid.org/0000-0002-8155-443X

аспірантка філологічного факультету

Львівського національного університету імені Івана Франка

У статті простежено, як прислів'я може утворюватися від інших жанрів. зроблено акцент на міжжанровому переході від анекдоту до паремії. Одним із перших цей шлях поповнення прислівного фонду дослідив український учений Іван Франко. Цінні спостереження він виклав у тритомнику (у шести книгах) «Галицько-руські народні приповідки» (Львів, 1901–1910 роки). Проблема зв'язку паремії з анекдотами вивчав також російський науковець Ю. Курганов. У праці «Анекдот как жанр» він наголосив на виразному взаємозв'язку цих генологічних одиниць, що передусім виявляється в їхній контекстуальності. Смысловим ядром кожного анекдоту є кінцева фраза, у якій міститься вся «сіль» сказаного. Саме фінальна дотепна фраза найчастіше (унаслідок постійної відтворюваності твору) починає функціонувати самостійно, набуває ознак паремії. Прислів'я як пуант певного сюжету поступово втрачає первісний тісний контакт із першоджерелом та формує свою самостійну значеннєву палітру. У контексті досліджуваної проблеми варто взяти до уваги працю М. Сумцова «Разыскания в области анекдотической литературы. Анекдоты о глупцах». У результаті проведеного аналізу окремого тематичного пласта народної гумористики вчений дійшов висновку, що такий тип анекдоту характерний не тільки для українського фольклору, а і для словесності інших народів. Водночас наголосив, що саме анекдоти цього типу дають імпульс до виникнення нових паремій. Вельми важливими для розуміння генези прислів'їв та приказок є дослідження О. Потебні. Особливою продуктивністю вирізняються ідеї, висловлені у праці «Из лекций о теории словесности. Басня. Пословица. Поговорка». Хоч автор і зосередився на взаємозв'язку байки та паремії, проте докладно осмислив функціональний потенціал лаконічної смислогенеруючої фінальної фрази. Також О. Потебня відзначив, що, подібно до байки, анекдот тяжіє до інакомовності, яка сприяє дальшому утворенню багатозначних паремій. Під час вивчення шляху міжжанрового переходу за маршрутом «анекдот – паремія», особливо в контексті його міжнародного відтинка, заслуговує на ретельне вивчення розвідка М. Драгоманова «Турецькі анекдоти в українській словесності», де авторитетний фольклорист не тільки вказав турецькі першоджерела для понад двадцяти популярних українських анекдотів, а й окреслив схильність жанру до редукції, тобто переходу у скристалізовану знакову фразу. Чи не найвагоміший внесок у справу фіксації та дальшого студіювання анекдоту зробив В. Гнатюк, який упорядкував збірник «Галицькі народні анекдоти». Дослідник виходив із позиції, що анекдот – це своєрідний жанр, для якого немає заборонених тем, який вирізняється яскравим «фінальним пуантом», тим несподіваним поворотом думки, який завдяки чіткості, лаконічності, інформативності, художній досконалості тяжіє до емансипації, самостійного життя у формі прислів'я.

Ключові слова: анекдот, паремія, прислів'я, приказка, міжжанровий перехід, генеза жанру.