

DOI: 10.20535/2522-1078.2023.2(14).295300

УДК 32.019.51:316.776.2

Надходження до редакції: 28.11.2023

Прийняття до друку: 03.12.2023

Журавська О. В.

*канд. філол. наук, доц. кафедри соціології
Київського національного економічного
університету імені Вадима Гетьмана, м. Київ,
Україна, oksanazhuravska@kneu.edu.ua*

ORCID: 0000-0002-4623-8933

Zhuravska O.

*PhD of Philol. Sciences, associate professor of the
Department of Sociology of the Kyiv National
University of Economics named after V. Hetman,
Kyiv, Ukraine, oksanazhuravska@kneu.edu.ua*

ORCID: 0000-0002-4623-8933

The text has been created under the project funded by NAWA
under the Scholarship Program for Scientists of NAWA 2023,
№ BJP/PON/2023/1/00022

МЕМИ ПЕРІОДУ ПАНДЕМІЇ COVID ТА ВОЄННОГО ЧАСУ В ПУБЛІКАЦІЯХ НОВИННОГО САЙТУ WP WIADOMOŚCI: ФУНКЦІЇ Й НАРАТИВИ

MEMES DURING THE COVID PANDEMIC AND TIMES OF WAR IN THE PUBLICATIONS OF THE NEWS WEBSITE WP WIADOMOCI: FUNCTIONS AND NARRATIVES

У статті викладено результати дослідження функціонування мемів кризових часів, зокрема періоду пандемії COVID та повномасштабного вторгнення в Україну, у публікаціях польського новинного сайту WP Wiadomości, а також основні наративи, пов'язані з ними, у контексті процесів таблоїдизації інформаційних медіа.

Методом контент-аналізу було визначено загалом 45 публікацій із маркером «мем», більшість яких, згідно з тематичним критерієм, становлять матеріали, що висвітлюють політичні питання (51,1%). Кількість статей, присвячених проблемам пандемії та війни, становить відповідно 2 (4,4%) та 10 (22,2%) публікацій. Причому наративний аналіз показав, що «пандемічні» публікації є політематичними й розкривають теми боротьби урядів країн із пандемією COVID. Воєнна тематика є другою за представленістю в корпусі публікацій видання із маркером «мем». Автори порушують такі теми, як приїзди відомих людей до України на знак підтримки, «сепарацію» Калінінграда, вибухи на Кримському мосту, події після зупинки Пригожиним походу на Москву та український спротив окупантам, висвітлюють антипропагандистські жарти про Путіна.

Як свідчить аналіз, у журналістських матеріалах видання стратегії використання мемів пов'язані і з їхньою соціокультурною природою як своєрідних виразників суспільної думки (*vox populi*), і з редакційною політикою медіа та журналістським задумом. Зокрема, у другому випадку автори використовують мему не тільки для ілюстрування теми, а й як інформаційний привід і навіть джерело інформації. Прикметно, що в частині публікацій порушується або прямо, або опосередковано питання про роль медіа у спрощенні сприйняття громадськістю актуальних проблем сьогодення. Причому мему в цьому контексті є не тільки знаряддям таблоїдизації, а й способом формулювання й дослідження складних тем, як-от протистояння пропаганді й популізму. Особливістю статей аналізованого видання є те, що автори насамперед використовують мему, народжені в інформаційних просторах інших країн.

Перспективним є порівняльний аналіз публікацій із мемами кризових ситуацій в українських і польських медіа.

Ключові слова: мем, таблоїдизація новин, медіа, новинний сайт, наратив.

The article presents the findings of a study on the functioning of crisis-time memes, particularly during the COVID pandemic period and the full-scale invasion of Ukraine, in the publications of the Polish news website WP Wiadomości. It also explores the primary narratives related to them in the context of the tabloidization processes of informational media.

Using content analysis, there was identified a total of 45 publications marked as «meme», most of them, according to thematic criteria, constitute materials highlighting political issues (51.1 %). The number of articles dedicated to pandemic and war-related problems comprises 2 (4.4 %) and 10 (22.2 %) publications, respectively. Narrative analysis revealed that the «pandemic» publications are multifaceted, covering themes of government efforts to combat the COVID pandemic. The theme of war is the second in representation within the publication corpus marked as «meme». Authors raise such issues as visits by notable figures to Ukraine to show their support, the «separation» of Kaliningrad, explosions on the Crimean Bridge, events following the halt of Prigozhin's march towards Moscow, and Ukrainian resistance against occupiers, shedding light on anti-propagandist jokes about Putin.

Analysis indicates that within the journalistic materials of the media, strategies concerning meme usage relate to their socio-cultural nature as unique expressions of public opinion (*vox populi*), as well as the editorial policy of the media and journalistic intent. In the latter case, authors use memes not only to illustrate a theme but also as informational triggers and even sources. It is notably that some publications directly or indirectly raise the issue concerning the role of media in simplified public perception of contemporary problems. In this context,

memes serve not only as instruments of tabloidization but also as a means of formulating and investigating difficult themes, such as resistance to propaganda and populism. A peculiarity of the analyzed articles is that authors primarily use memes originated from the informational spaces of other countries.

A comparative analysis of publications containing crisis-related memes in the Ukrainian and Polish media is promising for further research.

Keywords: meme, news tabloidization, media, news website, narrative.

Вступ. Мемі як феномен сучасної медійної культури є актуальним предметом дослідження. Останнім часом з'явилися ґрунтовні наукові розвідки, як-от, до прикладу, монографія М. Вуйцецької «Інтернет-мем як мультимодальний жанр колективної пам'яті» (2019) [16], а також низка публікацій, у яких автори розкривають різні аспекти функціонування мемів у медіакомунікаціях [1–6, 8, 10–15].

Нами вже було проаналізовано культурні коди, функціональність та дискурси мемів у соціальних мережах [3], проте вважаємо не менш актуальним дослідження ролі мемів у масмедіа та журналістських текстах, а також особливостей пов'язаного із мемами процесу таблоїдизації інформаційних видань.

Як зауважує С. Блавацький, таблоїдизація є «синуїдальним процесом» розвитку медіа, що має і позитивні, і негативні тенденції. З одного боку, вона дозволяє привернути увагу аудиторії й підвищити її поінформованість, зокрема через використання мемів як ілюстрацій. З іншого боку, вона спрощує бачення суспільних процесів й апелює переважно до прагнення розважати читачів [2, С. 329–330]. Припускаємо, що функціонування мемів у журналістських матеріалах демонструє обидві ці тенденції, що пов'язано не тільки із їх соціально-культурною природою, а й із редакційною політикою медіа, журналістським завданням тощо. Із цього приводу, зокрема, Дж. Гравелс, що досліджує питання конструювання медіа кризисів [1], пише: «news writing is highly culturally-situated and dependent on conventional journalistic practice. Stories are mediated at every level, through selection and choice of emphasis, through journalistic practices and constraints, through their structure, format and co-text, and in terms of their language» [1; С. 7].

Мета дослідження — із використанням елементів нарративного, семіотичного, культурологічного й контент-аналізу узагальнити інформацію про функції й наративи мемів у публікаціях польського новинного сайту, що позиціонується на ринку саме як інформаційний ресурс.

Це дозволить отримати матеріали для подальшого аналізу й зіставлення виявлених тенденцій із практиками інших медіа в польському й українському медіапросторі.

Результати. WP WIADOMOŚCI — це польський новинний сайт медіахолдингу Wirtualna Polska, що є одним із лідерів інформаційного сегменту польських медіа та має широку аудиторію [3]. Для аналізу ми відібрали через гугл-пошук 45 публікацій із маркером «мем» від початку пандемії та до 01.11.2023, у яких висвітлено питання: політичної сфери — 23 публікації (51,1%), соціальної та шоу-бізнесу — по 4 (відповідно 8,9% кожна категорія), міжнародні новини — 2 (4,4%). Тему пандемії розкрито в 2 публікаціях (4,4%), а тему війни — у 10 (22,2%) публікаціях (Табл. 1).

Таблиця 1

Публікації із маркером «мем» (грудень 2019 — 01.11.2023)

Публікації із маркером «мем» польського новинного сайту WP Wiadomości		
Тематика	Кількість	Відсоток %
Різна тематика, крім пандемії та війни:	33	73,3
Політика	23	51,1
Соціальна сфера	4	8,9
Шоу-бізнес	4	8,9
Кримінал	-	-
Спорт	-	-
Події у світі	2	4,4
Політематичні	-	-
Про пандемію	2	4,4
Про війну	10	22,2
Загалом	45	100

Проаналізуємо детальніше публікації, які розкривають питання, пов'язані з пандемією. Перша з аналізованих статей датується 21.11.2020 і присвячена стратегії боротьби з коронавірусом, запровадженій у Швеції. Автор називає її провальною, спираючись на дані про те, що уряд країни має запровадити серйозніші обмеження, а головний епідеміолог країни зауважує, «що не очікував такого поганого розвитку ситуації» (21.11.2020). Меми автор згадує у зв'язку з іменем головного епідеміолога країни Андерса Тегнеля, створюючи антитезу «герой, якого обожають» — «герой, із якого жартують»: *«Dotychczas uwielbiany przez wielu Szwedów Tegnell, którego podobiznę niektórzy tatuowali na ciele, częściej staje się antybohaterem. W internecie powstał mem, w którym fenomen jego popularności nazwano «drugim syndromem sztokholmskim», czyli przejawem sympatii ofiar do swojego oprawcy».*

У другій публікації мем згадується у зв'язку з іменем мільярдера Ілона Маска, котрий у соціальній мережі «Твітер» (нині — «X») опублікував пост, у якому зіставив образи Адольфа Гітлера та прем'єр-міністра Канади Джастіна Трюдо: *«Dyrektor naczelny Tesli zamieścił na Twitterze nieśmieszny mem. Wizerunkowi nazisty towarzyszą dwa napisy: «Przestań porównywać mnie do Justina Trudeau» i «Miałem budżet»*» (див. рис. 1). Такий вчинок Маска розкритикували Американський єврейський комітет і представники музею Аушвіц. У результаті мільярдер видалив публікацію, але не попросив вибачення.

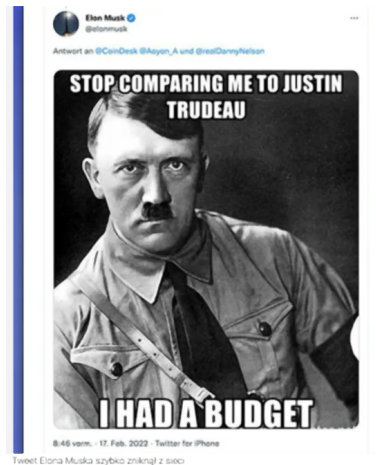


Рис. 1. Скриншоти ілюстрації про публікацію Ілоном Маском мема, у якому ставиться знак рівняння між діями прем'єр-міністра Канади Джастіна Трюдо та Гітлера.

Автор звертає увагу, що Маск є антивакцинатором і захищає водіїв-протестувальників, які виступили проти вакцинації та пандемічних обмежень. А Джастін Трюдо, об'єкт «несмішного мема» мільярдера, не дослухався до протестувальників і заблокував можливість підтримати протести криптовалютами депозитами.

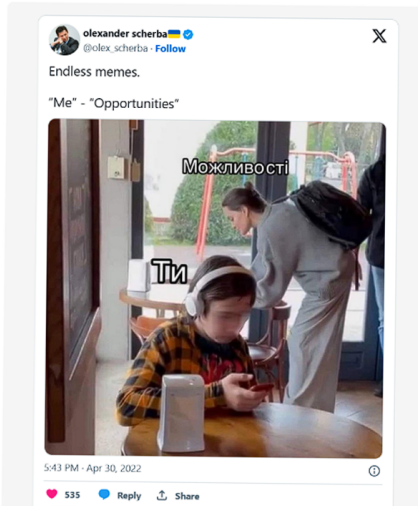
Отже, обидві публікації висвітлюють події не в Польщі, але так чи інакше пов'язані з політикою (політика боротьби із ковідом у Швеції та Канаді; представники влади: головний санітарний лікар, прем'єр-міністр країни) та спрямовані на підтримку антиковідних заходів. У першій статті мем використано як *Vox Populi*, тобто узагальнену думку певної спільноти, яку автор подає як поширене серед громадськості ставлення до проблеми, а в другій — публікація мема VIP-персоною та пов'язані з цим заяви й події є інформаційним ядром.

Якщо розглядати воєнні події у ширшому контексті, зокрема і як потужні атаки в інформаційному просторі, то як зразок публікації із нарративом протистояння дезінформації можна розглянути статтю *Rysunek garbatego Żyda to «znany mem». Dotowane z państwowych pieniędzy media promują antysemitką książkę* 25.04.2022). У ній ідеться про роботу ютуб-каналу «Media Narodowe», який промотував книгу із антисемітськими гаслами. На думку головного редактора Томаша Каліновського, «*rysunek Żyda z garbatym nosem, który zapowiadał audycję, «jest znanym memem» і взагалі слід «podejść do niego z dystansem»*». Так само редактор спростовує звинувачення в поданні медіаматеріалів із антиукраїнськими нарративами. Зокрема, йдеться про те, що учасником одного із ефірів став публіцист Марчін Масний, який розповів про «американські біолабораторії» в Україні.

В основному масиві публікацій про війну озвучені такі теми, як приїзди відомих людей до України, жарти в соціальних медіа про Путіна, «сепарацію» Калінінграда, вибухи на Кримському мосту, події після зупинення Пригожиним походу на Москву та український спротив окупантам.

У публікації *Angelina Jolie w Ukrainie. Jeden szczegół zwrócił uwagę świata* розказана історія про приїзд відомої акторки й спеціального посланця Управління Верховного комісара ООН у справах біженців до Львова. Вона завітала до кав'ярні, що записала на відео одна з відвідувачок закладу. Запис поширився мережею, але увагу користувачів привернув не стільки приїзд Джолі, як відсутність реакції на події ще одного відвідувача — хлопчика, який у навушниках щось розглядає у своєму телефоні і не помічає галасу навколо. Це й стало приводом для численних мемів, описаних у статті WP *Wiadomości* (див. рис. 2).

W związku z jego nieoczekiwaną "reakcją" media społecznościowe załazi wysyp memów na ten temat "Ja - możliwości" - czytamy na jednym z nich:



Inny mem podpisano: "Ja śledzący nagrania z ukraińską armią niszczącą rosyjskie wojska":

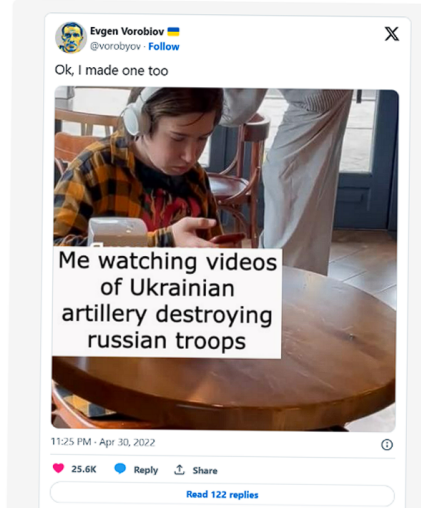


Рис. 2. Скриншоти описів зі статті Angelina Jolie w Ukrainie. Jeden szczegół zwrócił uwagę świata й ілюстрацій до них (підпис: We — Opportunities).

У другій публікації *Kijów oszalał ze szczęścia. Błyskawiczne temy z Bidenem* (20.02.2023) розказано про візит президента США до України. Основний акцент автор публікації робить саме на мемах щодо смаків Байдена в їжі, які виконують функцію Vox Populi і виражають, скажімо так, захоплення українців цією подією.

Публікації «*WP Wiadomości*» із жартами про Путіна висвітлюють проблему поширення російської пропаганди в європейському інформаційному просторі. Як приклад можна навести статтю про те, що газета «*Neue Zürcher Zeitung*» опублікувала мем з очільником РФ, на якому він зображений із клоунським носом і веселкою на обличчі поруч із зображенням президента України Володимира Зеленського в образі відомого героя комік4сів Капітана Америки (Див. рис. 3). У газетній публікації йшлося про пропагандистську війну між Україною та РФ у соцмережах та, зокрема, роль мемів у них. При цьому автор зауважив, що меми в цьому протистоянні «często upraszczają złożone procesy», а російська агресія проти України інтерпретується як війна між супергероями та лиходіями, тобто порушує проблему таблодізації новинних медіа.

Далі в публікації «*WP Wiadomości*» розповідається, що посольство РФ у Швейцарії відреагувало на статтю «*Neue Zürcher Zeitung*» погрозою подати судовий позов, опублікувавши відкритого листа до головного редактора швейцарського видання: «*Rosyjska ambasada w Szwajcarii podkreśliła, że jest za wolnością słowa, ale nie zgadza się na rozpowszechnianie «obelg oraz fejków». Ich zdaniem temy powstają w «ukraińskich fabrykach trolli», są jedynie «przedrukami zdjęć stockowych» i charakteryzują się «płaskim poczuciem humoru»*» (18.07.2022).

Отже, у публікації мем є і інформаційним ядром, і ілюстрацією.

Nie spodobał się mem z Putinem. Rosyjska ambasada w Szwajcarii zapowiedziała pozew

Na okładce gazety "Neue Zürcher Zeitung" pojawił się karykaturalny wizerunek Władimira Putina. Prezydent Rosji został przedstawiony jako klaun. Nie zabrakło też tęczy na jego twarzy. To nie spodobało się rosyjskiej ambasadzie w Szwajcarii. Dyplomaci zagrozili pozwem za opublikowanie mema z wizerunkiem rosyjskiego przywódcy.

👍 120 🗨️ 43 🔄



Mem z Putinem. Rosyjska ambasada w Szwajcarii grozi pozwem
Źródło: Twitter

Рис. 3. Скриншоти описів зі статті Nie spodobał się mem z Putinem. Rosyjska ambasada w Szwajcarii zapowiedziała pozew й ілюстрацій до них.

У публікації «*Huczy od plotek z Kremla. Prigożyn dopiął swego?*» розповідається про те, що Пригожин зупинив похід на Москву, а на заміну Шойгу та Герасимову прийдуть Дюмін і Суворовкін. (26-06-2023). Мем автор використовує як джерело інформації, що дозволяє йому зробити певні припущення. Журналіст зазначає, що саме поява зображення Пригожина із підписом «Плани люблять тишу» на причетному до ПВК «Вагнер» телеграм-каналі «Сіра зона» 25.06.2023 свідчить, що дії й надалі будуть розвиватися, проте сам мем як ілюстрацію не наводить: «*W niedzielę wieczorem na kanale pojawił się foto-mem, «że gra jest wciąż otwarta. Zdjęcie jest bardzo podobne do tego z ukraińskiej kontrofensywy, widać na nim Prigożyna trzymającego palec na ustach z podpisem: «Plany kochają ciszę». У цьому контексті автор звертає увагу*

читачів, що представник приватної військової компанії використав із пропагандистською метою елементи української інформаційної кампанії (див. рис. 4). Зокрема, 04.06.2023 заступниця міністра оборони України Ганна Маляр повідомила, що не слід очікувати офіційного оголошення про початок контрнаступу ЗСУ й опублікувала відео із підписом «Плани люблять тишу». Його швидко поширили українські медіа, що, очевидно, не пройшло повз увагу пропагандистів у РФ.

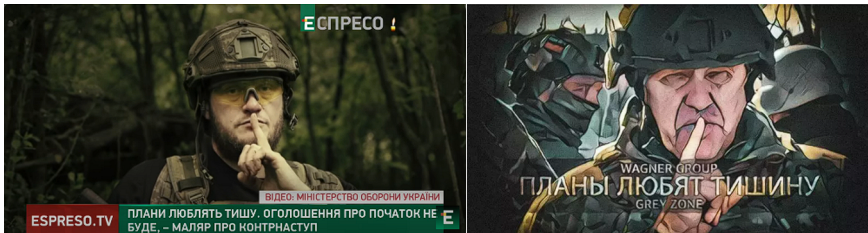


Рис.4. Скрин кадру відео української інформаційної кампанії «Плани люблять тишу» (телеканал ESPRESSO.TV) від 04.06.2023 та пропагандистської кампанії ПВК «Вагнер», що використовує її елементи в телеграм-каналі «Сіра зона» від 25.06.2023.

«Rosjanie w wisielczych humorach. «Putin całkowicie zniknął z dowcipów po 24 lutego» — це тематичне інтерв'ю І. Ісаєва та російського антрополога О. Архипова про роль гумору під час агресії РФ проти України. І автор, і його гість згадують велику кількість жартівливих, іронічних і сатиричних мемів: про те, як російські окупанти грабували оселі українців на окупованих територіях і виносили різноманітну побутову техніку та надсилали її поштою РФ та Білорусі додому; про те, як російські окупанти викрали енота із зоопарку в Херсоні й зробили його фетишем пропаганди (через два дні після відведення РФ військ із правобережного Херсона 9 листопада 2022 року російська пропагандистка А. Долгарева у телеграм-каналі повідомила, що її товариші вкрали енота з зоопарку в Херсоні); «Я не цікавлюся політикою» (цей вислів-штамп був поширений як серед українців, так і серед росіян. Але з початком повномасштабного вторгнення РФ в Україну він набув додаткового значення. Так іронічно називають людей, які або стали жертвою пропаганди, або бояться санкцій із боку влади, або внаслідок інших причин не можуть засудити злочинне розв'язування війни тоталітарним режимом. Як мем вислів уживається також в контексті, пов'язаному із мобілізацією росіян та ставленні до мобілізованих

військового керівництва, яке посиляє солдатів у т.зв. «м'ясні штурми»: мовляв, ці люди не цікавилися політикою, а тепер масово гинуть у чужій країні); «Пасажири, які летять з Росії, тепер плескають у долоні після зльоту» (обіграється заборона на виїзд із РФ чоловікам призовного віку); «Я хотів би карту Росії, будь ласка. — А якого числа?» (у мемі обіграються прогнози експертів щодо майбутнього розпаду РФ) тощо.

Публікація також ілюструється 4 мемами, що подають інформацію у змішаній візуально-вербальній формі. Усі вони висміюють реалії життя в РФ, пов'язані з війною: доповіді від Міноборони РФ, називання війни «спецоперацією» (іронічне обігрування назви роману Л. Толстого «Війна і мир» — «Спецоперація і мир»), мобілізація тощо.

Тема цілісності РФ, яка стала країною-агресором, розкривається в публікаціях «*Pogoda w czeskim Kaliningradzie. Czesi idą w zaparte*» та «*Żart o Kaliningradzie. Rosja się zdenerwowała*». Інформаційним приводом журналістських матеріалів є мем, які гумористично обіграють жарти про те, що Калінінград має належати Чехії: «Адже з історичної точки зору Калінінград був заснований на честь чеського короля Пржемысла Отокара II, який тоді називався Кралоовець» (05.10.2022). Ця історія розпочалася після того, як у соцмережі «Твіттер» польський користувач опублікував жартівливу карту. На ній Калінінградська область РФ була розділена на дві частини, одна з яких нібито має належати Польщі, а інша — Чехії. Зображення підписано: «*Czas podzielić Kaliningrad tak, aby nasi bracia Czesi mieli w końcu dostęp do morza*» (рис. 5).



Рис. 5. Скрин частини тексту й ілюстрацій із публікації про мем «чеський Калінінград».

Чеський депутат Європарламенту Томаш Здоховський перепостив твіт і супроводив його коментарем «A potem nie Kochaj Polaków». Жарти в соціальній мережі, зокрема й представника політикуму, стали приводом для створення й публікації медіа РФ фейкового повідомлення про майбутній референдум щодо розподілу Калінінградської області між Польщею та Чехією.

Отже, хоча публікації мають однаковий інформаційний привід й ілюструються мемами, у першій із них основний акцент зроблено на жартах у соціальній мережі. А друга публікація розкриває політичний контекст події, нагадуючи читачам про те, що в Європі точиться війна та відбувається анексія територій суверенної країни під нікчемними приводами. Її автор пояснює, що Томаш Здоховський у відповідь на маніпуляцію й дезінформацію від пропагандистського медіа дав цілком серйозний коментар. Політик пояснив, що Путін має бути готовий до того, що «якщо він анексує території України на основі сумнівних референдумів, то спровокує «майже іронічні дискусії про те, чи варто країні утримувати Калінінград»» (01.10.2022).

Приклад цих двох публікацій дуже добре демонструє, що меми в медіях і як інформаційне підґрунтя, і як ілюстративний матеріал виконують не тільки розважальну функцію, а й дозволяють порушити й розкрити актуальні для суспільства проблеми, зокрема низький рівень медіаграмотності, поширення в соціальних медіа неправдивої інформації, пропаганди і фейків.

Ще дві публікації із комплексу проаналізованих пов'язані саме із боротьбою України проти агресора. «*Raz, dwa, trzy*». *Wpisy Ukraińców robią furorę w sieci*» (08.10.2022) вийшла в день, коли на незаконно збудованому Кримському мосту, що з'єднує РФ і тимчасово окупований Крим, пролунав вибух, унаслідок якого обвалилися два прольоти споруди. Як зауважує журналістка, це викликало бурхливі емоції українців, якими вони поділилися в інтернеті. Проявом цієї радості авторка називає саме меми, якими й ілюструє свій матеріал, використавши вісім мемів, чотири із яких представлені у відеоформаті, а ще чотири — зображення, зокрема, із текстовим супроводом. Героєм трьох мемів є В. Путін, ще на одному відеокадр розділений на дві частини: перша половина кадру — охоплений вогнем міст, друга — Мерлін Монро, що співає вітальну пісню президентові. Розуміння цих мемів пов'язано із таким подієвим контекстом: по-перше, незаконне будівництво мосту було ініціативою очільника Кремля, а по-друге, вибух на мосту

стався 8 жовтня — наступного дня після його дня народження. Кожну ілюстрацію-мем авторка супроводжує коротким поясненням контексту, що дозволяє зрозуміти її зміст.

В опублікованому матеріалі «Bestialskie uderzenia w Zaporozże. Rosjanie ścigali rakiety S-300 i niszczą miasto» (18-10-2022) йдеться про злочини росіян, які регулярно атакують українське місто Запоріжжя ракетами, руйнуючи житлові квартали і вбиваючи їх мирних мешканців. Героїнею статті є запорізька художниця-графік Наталія Лобач, яка, зокрема, є авторкою антивоєнних плакатів із назвами окупованих міст і сіл України. На одному із плакатів відтворено місцевий запорізький мем (див. рис. 6). Як пояснює художниця: «*Czternastka*» *to taki zaporoski mem. Jak tylko coś się u nas dzieje, rada miasta zaczyna publikować rozkład jazdy tramwaju nr 14. A trzeba wiedzieć, że w Zaporozżu mało kto korzysta z tramwaju. Więc jest to taki niewidzialny bohater, który opiera się rosyjskiej inwazji*». Ця робота, де трамвай №14 збиває російську ракету, стала мистецькою реакцією на чергову атаку росіян: їхня ракета на початку жовтня 2022 року зруйнувала історичну частину будівлі Туристично-інформаційного центру.



Рис. 6. Фото зруйнованої російською ракетою історичної будівлі в м. Запоріжжя та скрин частини тексту та ілюстрації до публікації на wiadomosci.wp.pl/ плакату Наталії Лобач із запорізьким мемом «14».

Висновок. Отже, у публікаціях видання мему використовуються насамперед як ілюстрації, а також як інформаційні приводи й навіть джерела інформації. Публікації про пандемію висвітлюють проблеми реалізації політики боротьби із ковідом в інших країнах, зокрема в Швеції та Канаді. У корпусі публікацій із мемами війни це насамперед одиниці, що

мають українське походження, значно менше автори використовують меми російські і роблять це, як правило, з метою проілюструвати антипропагандистські, антивоєнні наративи та розвінчати фейки і маніпуляції.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Bradley E. Wiggins, (2016) Crymea River: Directionality in Memes from the Russia-Ukraine Conflict. *International Journal of Communication*. 10, 451–485.
2. Burroughs, B. (2013). Obama trolling: Memes, salutes and agonistic politics in the 2012 presidential election. *The Fibreculture Journal*, 2013 (22), 257–276.
3. Chris Peters & Stuart Allan (2022) Weaponizing Memes: The Journalistic Mediation of Visual Politicization, *Digital Journalism*, 10 : 2, 217–229, DOI:10.1080/21670811.2021.1903958
4. de Saint Laurent C., Glăveanu VP., Literat I. (2021) Internet Memes as Partial Stories: Identifying Political Narratives in Coronavirus Memes. *Social Media + Society*. January. DOI:10.1177/2056305121988932
5. Dewey, C. (2015) “What are those”: a subversive sneaker meme, explained for the Olds. *The Washington Post*. 05.08.2015. URL: <https://www.washingtonpost.com/news/the-intersect/wp/2015/08/05/what-are-those-a-subversive-sneaker-meme-explained-for-the-olds/>
6. Dynel, M. (2021) COVID-19 memes going viral: On the multiple multimodal voices behind face masks. *Discourse & Society*, 32(2): 175–195. doi:10.1177/0957926520970385
7. Gravells J. (2017). *Semiotics and Verbal Texts How the News Media Construct a Crisis*. Basingstoke and New York: Palgrave Macmillan, xvii+272 pp. DOI 10.1057/978-1-137-58750-3
8. Kate M. Miltner, (2018) Internet Memes. *The SAGE Handbook of Social Media*. SAGE Publications Ltd, 412–428.
9. Marcus, O. R., Singer, M. (2017) Loving Ebola-chan: Internet memes in an epidemic. *Media, Culture & Society*. (3), p. 341–356. DOI:10.1177/0163443716646174
10. Niebuurt J. T. (2021) Internet Memes: Leaflet Propaganda of the Digital Age. *Frontiers in Communication*, 5. DOI=10.3389/fcomm.2020.547065
11. Norstrom, R., & Sarna, P. (2021). Internet memes in Covid-19 lockdown times in Poland. [Memes de Internet en tiempos de confinamiento por

- Covid-19 en Polonia]. *Comunicar*, 67, 75–85. <https://doi.org/10.3916/C67-2021-06>
12. Pidkuimukha, L., & Kiss, N. (2020). Battle of narratives: Political memes during the 2019 Ukrainian presidential election. *Cognitive Studies. Études cognitives*, (20), Article 2246. <https://doi.org/10.11649/cs.2246>
 13. Post Memes: Seizing the Memes of Production, 2019. 422 p. DOI: 10.21983/P3.0255.1.00
 14. Priyadarshini, I., Chatterjee, J.M., Sujatha R., Jhanjhi Nz., Karime A. & Masud M. (2021) Exploring Internet Meme Activity during COVID-19 Lockdown Using Artificial Intelligence Techniques, *Applied Artificial Intelligence*, DOI: 10.1080/08839514.2021.2014218
 15. Williams, A. (2020). Black memes matter: #Livingwhileblack with Becky and Karen. *Social Media + Society*, 6(4), 205630512098104. DOI:10.1177/2056305120981047
 16. Wójcicka M. (2019). Mem internetowy jako multimodalny gatunek pamięci zbiorowej, *Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin*, ss. 203
 17. WP Wiadomości liderem wśród serwisów informacyjnych. (2022). WP Wiadomości. URL: <https://dlaprasyp.wp.pl/pr/741724/wp-wiadomosci-liderem-wsrod-serwisow-informacyjnych> (22.11.2023)
 18. Blavatskyi S. (2007) Tabloidy zatsiia yakisnoi presy u Velykobrytanii. *Bulletin of Taras Shevchenko National University of Kyiv. Journalism*. Issue 30. 91–102. URL: <https://www.lsl.lviv.ua/wp-content/uploads/Zb/NDI2009/JRN/PDF/24.pdf> (22.11.2023)
 19. Zhuravska, O. (2022). Symbolic nature, cultural codes and media functionality of “The Russian warship” meme. Part one. *Synopsis Text Context Media*. 28(3), 164–174. DOI <https://doi.org/10.28925/2311-259x.2022.3.9> (28.11.2023)

REFERENCES

1. Bradley E. Wiggins, (2016) Crimea River: Directionality in Memes from the Russia-Ukraine Conflict. *International Journal of Communication*. 10, 451–485.
2. Burroughs, B. (2013). Obama trolling: Memes, salutes and agonistic politics in the 2012 presidential election. *The Fibreculture Journal*, 2013 (22), 257–276.

3. Chris Peters & Stuart Allan (2022) Weaponizing Memes: The Journalistic Mediation of Visual Politicization, *Digital Journalism*, 10 : 2, 217–229, DOI:10.1080/21670811.2021.1903958
4. de Saint Laurent C., Glăveanu VP., Literat I. (2021) Internet Memes as Partial Stories: Identifying Political Narratives in Coronavirus Memes. *Social Media + Society*. January. DOI:10.1177/2056305121988932
5. Dewey, C. (2015) “What are those”: a subversive sneaker meme, explained for the Olds. *The Washington Post*. 05.08.2015. URL: <https://www.washingtonpost.com/news/the-intersect/wp/2015/08/05/what-are-those-a-subversive-sneaker-meme-explained-for-the-olds/>
6. Dynel, M. (2021) COVID-19 memes going viral: On the multiple multimodal voices behind face masks. *Discourse & Society*, 32(2): 175–195. doi:10.1177/0957926520970385
7. Gravells J. (2017). *Semiotics and Verbal Texts How the News Media Construct a Crisis*. Basingstoke and New York: Palgrave Macmillan, xvii+272 pp. DOI 10.1057/978-1-137-58750-3
8. Kate M. Miltner, (2018) Internet Memes. *The SAGE Handbook of Social Media*. SAGE Publications Ltd, 412-428.
9. Marcus, O. R., Singer, M. (2017) Loving Ebola-chan: Internet memes in an epidemic. *Media, Culture & Society*. (3), p. 341–356. DOI: 10.1177/0163443716646174
10. Nieuburt J. T. (2021) Internet Memes: Leaflet Propaganda of the Digital Age. *Frontiers in Communication*, 5. DOI=10.3389/fcomm.2020.547065
11. Norstrom, R., & Sarna, P. (2021). Internet memes in Covid-19 lockdown times in Poland. [Memes de Internet en tiempos de confinamiento por Covid-19 en Polonia]. *Comunicar*, 67, 75-85. <https://doi.org/10.3916/C67-2021-06>
12. Pidkuimukha, L., & Kiss, N. (2020). Battle of narratives: Political memes during the 2019 Ukrainian presidential election. *Cognitive Studies. Études cognitives*, (20), Article 2246. <https://doi.org/10.11649/cs.2246>
13. *Post Memes: Seizing the Memes of Production*, 2019. 422 p. DOI: 10.21983/P3.0255.1.00
14. Priyadarshini, I., Chatterjee, J.M., Sujatha R., Jhanjhi Nz., Karime A. & Masud M. (2021) Exploring Internet Meme Activity during COVID-19 Lockdown Using Artificial Intelligence Techniques, *Applied Artificial Intelligence*, DOI: 10.1080/08839514.2021.2014218

15. Williams, A. (2020). Black memes matter: #Livingwhileblack with Becky and Karen. *Social Media + Society*, 6(4), 205630512098104. DOI:10.1177/2056305120981047
16. Wójcicka M. (2019). Mem internetowy jako multimodalny gatunek pamięci zbiorowej, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin, ss. 203
17. WP Wiadomości liderem wśród serwisów informacyjnych. (2022). WP Wiadomości. URL: <https://dlaprasa.wp.pl/pr/741724/wp-wiadomosci-liderem-wsrod-serwisow-informacyjnych> (22.11.2023)
18. Blavatskyi S. (2007) Tabloidyzatsiia yakisnoi presy u Velykobrytanii. *Bulletin of Taras Shevchenko National University of Kyiv. Journalism*. Issue 30. 91-102. URL: <https://www.lsl.lviv.ua/wp-content/uploads/Zb/NDI2009/JRN/PDF/24.pdf> (22.11.2023)
19. Zhuravska, O. (2022). Symbolic nature, cultural codes and media functionality of “The Russian warship” meme. Part one. Synopsis Text Context Media. 28(3), 164–174. DOI <https://doi.org/10.28925/2311-259x.2022.3.9> (28.11.2023)