

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Харківський національний університет імені В.Н.Каразіна

Соціологічний факультет

Кафедра прикладної соціології та соціальних комунікацій

Рівень вищої освіти (освітньо-кваліфікаційний рівень) перший

(бакалаврський)

Спеціальність 061 - Журналістика

ЗАТВЕРДЖУЮ

**Завідувачка кафедри прикладної
соціології та соціальних комунікацій**

_____ **Ірина СОЛДАТЕНКО**
підпис

“ _____ ” _____ 20__ року

**З А В Д А Н Н Я
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ (ПРОЄКТ)**

_____ **Романченко Владислав Володимирович** _____
(прізвище, ім'я, по батькові студента)

1. Тема роботи «Інтернет-меми як інструмент комунікації»

керівник роботи кандидат соціологічних наук, доцент Бойко Дмитро
Миколайович

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом по університету від «08» квітня 2024 року №1006-5/772

2. Строк подання студентом роботи 27 травня 2024 року

3. Перелік питань, які потрібно розробити

- 1) Проаналізувати історичний контекст та історію виникнення інтернет-мемів.
- 2) Дослідити різні типи мемів та їх особливості.

- 3) Проаналізувати стратегії створення та поширення інтернет-мемів.
- 4) Дослідити етичні та правові аспекти використання інтернет-мемів.
- 5) Вивчити вплив мемів на маркетингові стратегії, політичні кампанії та соціальні мережі.
- 6) Дослідити роль інтернет-мемів у процесах мережетворення та ідентифікації.

4. План роботи

№ з/п	Назви етапів роботи
1.	Затвердження теми та аналіз джерел.
2.	Створення плану кваліфікаційної роботи.
3.	Постановка завдань та написання вступу.
4.	Робота над теоретичною частиною роботи.
5.	Аналіз особливостей використання інтернет-мемів.
6.	Робота над практичною частиною роботи.
7.	Підготовка кінцевого тексту роботи.
8.	Формування висновків.
9.	Редагування, правки та надсилання роботи.

Студент



підпис

Владислав РОМАНЧЕНКО

ім'я, прізвище

Керівник роботи



підпис

Дмитро БОЙКО

ім'я, прізвище

**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ В. Н. КАРАЗИНА**

СОЦІОЛОГІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Кафедра прикладної соціології та соціальних комунікацій

Пояснювальна

записка

до кваліфікаційної

роботи

на тему

«Інтернет-меми як інструмент комунікації»

Виконав: студент 4 курсу групи СМК – 42
першого (бакалаврського) рівня вищої
освіти спеціальності 061 Журналістика
Романченко Владислав Володимирович
Керівник: кандидат соціологічних наук,
доцент Бойко Дмитро Миколайович

Харків – 2024

ЗМІСТ

Вступ	5
1 Теоретичні аспекти вивчення сучасних форм комунікації	7
1.1 Комунікація: дефініції, функції, види та перспективи розвитку	7
1.2 Інтернет-комунікація як спосіб сучасного міжособистісного спілкування	8
1.3 Інтернет-меми як вид інтернет комунікації	9
Висновки до розділу 1	20
2 Особливості використання інтернет-мемів як інструменту комунікації	23
2.1 Стратегії створення та поширення інтернет-мемів	23
2.2 Специфіка використання інтернет-мемів у різних видах комунікації	27
2.3 Роль інтернет-мемів у процесах мережетворення та ідентифікації	38
2.4 Етичні та правові аспекти використання інтернет-мемів	40
Висновки до розділу 2	43
Висновки	46
Список використаних джерел	48
Додатки	50

ВСТУП

Навколишній світ швидко еволюціонує під впливом інформаційних технологій, інтернету та соціальних мереж. За останнє десятиліття інтернет-меми стали невід'ємною частиною нашої онлайн-культури.

Актуальність теми «Інтернет-меми як інструмент комунікації» очевидна через дуже широкий розширений вплив мемів у суспільстві. Вони є важливим інструментом для вираження почуттів, думок та емоцій, яким легко співпереживати через інтернет мережу та залишаються невід'ємною частиною нашої щоденної комунікації.

Об'єктом курсової роботи є інтернет-меми, які виступають як важливий елемент онлайн-культури. Предметом – роль інтернет-мемів як інструменту комунікації.

Мета цього дослідження лежить у детальному визначенні ролі інтернет-мемів у сучасній комунікації та їх впливу на сприйняття чи самовираження людей. Також прогнозується аналіз використання інтернет-мемів у маркетингових стратегіях, політичних кампаніях та соціальних мережах.

Є сподівання, що дослідження цих питань допоможе краще зрозуміти роль інтернет-мемів у сучасному світі та їх вплив на наше спілкування.

Тому, для досягнення даної цілі поставлені наступні завдання:

1. Проаналізувати історичний контекст та історію виникнення інтернет-мемів.
2. Вивчити вплив соціальних мереж та інших онлайн-платформ на прояв і розвиток інтернет-мемів.
3. Дослідити різні типи мемів та їх особливості, зосереджуючись на фотомемах, відеомемах, текстових мемах та анімаційних мемах.
4. Виокремити, які елементи інтернет-мемів роблять їх вірусними та привабливими для широкої аудиторії.
5. Проаналізувати роль гумору, сатири та іншої риторики у створенні та розумінні мемів.

6. Розглянути процес поширення та вплив інтернет-мемів на формування культурних стереотипів та суспільні процеси.

7. Дослідити, як інтернет-меми впливають на погляди, поняття та цінності суспільства.

8. Проаналізувати, як меми можуть утворювати спільну культурну пам'ять та сповільнювати або змінювати соціальні норми, і вивчити вплив мемів на формування ідентичності та соціальну взаємодію.

Дослідження цих питань розкриє глибину впливу інтернет-мемів на формування культурних норм та поглядів сучасного суспільства. Аналіз цього феномену може виявитися ключовим для подальшого вивчення та використання інтернет-мемів у різних сферах життя, що розширює область їхнього впливу в сучасному інформаційному суспільстві.

1 Теоретичні аспекти вивчення сучасних форм комунікації

1.1 Комунікація: дефініції, функції, види та перспективи розвитку

Комунікація є важливим аспектом сучасного суспільства, що вивчається та аналізується з різних точок зору. У цьому розділі ми розглянемо основні аспекти комунікації, включаючи її дефініції, функції, види та перспективи розвитку [10].

Комунікація є ключовим процесом взаємодії між людьми та групами, що передбачає обмін повідомленнями, ідеями та інформацією з метою спільного розуміння. Згідно з визначенням, комунікація визначається як процес передачі повідомлень за допомогою символів, знаків або мови між відправником та отримувачем [10]. Вона виконує різноманітні функції, які визначають її значення в суспільстві. Основні функції комунікації включають інформаційну, експресивну (емоційну) та регулятивну.

1. Інформаційна функція полягає у передачі даних, фактів та ідей між учасниками комунікації з метою обміну інформацією.

2. Експресивна (емоційна) функція дозволяє виражати емоції, почуття та ставлення, сприяючи підтримці соціальних зв'язків та виявленню індивідуальності.

3. Регулятивна функція допомагає контролювати та координувати поведінку між учасниками взаємодії, сприяючи узгодженню дій та досягненню спільних цілей.

Комунікація може приймати різноманітні форми, які відрізняються за способом передачі повідомлень, а також за використанням різних засобів та каналів спілкування. Розглянемо основні види комунікації детальніше. Вербальна комунікація базується на мовленні та словесних засобах спілкування, тоді як невербальна комунікація включає невербальні сигнали, такі як жести та міміка. Крім того, писемна комунікація використовується

для обміну повідомленнями через писемні засоби, такі як листування чи електронна пошта.

З розвитком технологій та змінами у суспільстві комунікація постійно еволюціонує. Можливості використання інтернету, соціальних мереж, віртуальної реальності та інших інноваційних засобів сприяють появі нових форм та шляхів взаємодії, що відкривають нові перспективи для розвитку комунікаційних процесів в сучасному світі.

1.2 Інтернет-комунікація як спосіб сучасного міжособистісного спілкування

Інтернет-комунікація представляє собою суттєвий аспект сучасного суспільства, який визначається використанням технологій Інтернету для обміну повідомленнями, інформацією та ідеями між користувачами. Цей розділ розглядає інтернет-комунікацію як важливий спосіб міжособистісного спілкування, розглядаючи її особливості, переваги, виклики та перспективи розвитку.

Інтернет-комунікація відрізняється від традиційних форм комунікації своєю специфікою та характером. Вона відбувається через використання Інтернет-технологій, що дозволяє користувачам обмінюватися повідомленнями, інформацією та ідеями у режимі реального часу незалежно від місця перебування. Така форма спілкування включає в себе використання електронної пошти, інстант-повідомлень, соціальних мереж, форумів, блогів та інших онлайн-платформ. Інтернет-комунікація відкриває безліч можливостей для спілкування та взаємодії між людьми. Серед її переваг можна виділити швидкий доступ до інформації, можливість взаємодії з користувачами з різних країн та культур, зручність та доступність у будь-який час та місце, а також можливість виразити свої думки та почуття за допомогою різноманітних засобів спілкування, включаючи текстові, візуальні та аудіо-формати. Однак інтернет-комунікація також зустрічає ряд

викликів. Простір інтернету часто стає місцем поширення неперевіреної, неправдивої інформації, що може призвести до поширення міфів та спричинити плутанину серед користувачів. Також недоліком є відсутність невербальних сигналів та елементів спілкування, які зазвичай присутні у традиційній комунікації обличчя в обличчя. Крім того, інтернет-комунікація може призводити до залежності від віртуального спілкування та відчуття відчуженості від реального життя.

Майбутнє інтернет-комунікації включає подальше розвиток технологій віддаленого спілкування, розширення можливостей інтерактивних онлайн-платформ для спілкування та співпраці, а також збільшення уваги до забезпечення безпеки та конфіденційності в інтернеті. Однією з головних тенденцій розвитку є поступове зростання впливу штучного інтелекту на процеси комунікації. Це може виявитися у впровадженні персоналізованих алгоритмів підбору контенту, автоматизації спілкування та вдосконаленні систем фільтрації негативного вмісту. Крім того, з популяризацією віртуальної реальності та розширеної реальності передбачається поява нових форм інтерактивного спілкування, які наблизять віртуальне спілкування до реального життя. Такі технології можуть революціонізувати спосіб, яким ми взаємодіємо один з одним у віртуальному просторі, роблячи інтернет-комунікацію ще більш іммерсивною та захопливою.

Загалом, інтернет-комунікація продовжує розвиватися з кожним роком, відкриваючи нові можливості для спілкування та взаємодії між людьми. Її перспективи розвитку включають в себе постійне удосконалення технологій, розширення функціональності платформ та збільшення уваги до забезпечення безпеки та конфіденційності користувачів.

1.3 Інтернет-меми як вид інтернет комунікації

Звертаючись до аналізу історичного контексту та історії створення інтернет-мемів, важливо відмітити, що перший крок у створенні інтернету

було зроблено в 1969 році, коли була запущена мережа ARPANET. Вона була спроектована агентством передових проектів досліджень Міністерства оборони США і об'єднувала комп'ютери університетів та дослідницьких лабораторій. Цей проект сприяв розробленню протоколів передачі даних, які досить швидко стали доступні всім користувачам інтернету. Також на початках він використовувався задля обміну повідомленнями між дослідницькими установами та університетами [17].

У 1990-х роках Інтернет вже широко використовувався для швидкого обміну інформацією шляхом електронної пошти. Прототипи соціальних мереж, таких як «SixDegrees.com» (див. Додаток А) з'явилися в 1997 році. Завдяки цьому сайту юзери змогли знаходити друзів створювати інтернет-спільноти по мемам та активно ними ділитися. Хоча SixDegrees.com була досить успішною на початках, проте вже в 2001-му році припинила своє існування.

У 2004 році Марк Цукерберг запустив Facebook як студент Гарвардського університету. Він став соціальною мережею для студентів, але швидко розширився на ширшу аудиторію. Вже зараз Facebook став найпопулярнішою мережею світу з мільярдами активних користувачів.

У 2006 році була запущена мікроблогінгова платформа Twitter, яка дозволяє користувачам публікувати короткі повідомлення, що називаються, які називають твітами. Twitter швидко став популярним серед впливових осіб, журналістів та звичних користувачів.

У 2010 році був запущений Instagram, популярна платформа для поширення візуального контенту, яка дала можливість користувачам ділитися своїми зображеннями зі світом. Instagram достатньо швидко став діючою з провідних соціальних платформ, особливо серед молоді.

Розвиток соціальних мереж стимулює розвиток інтернет – мемів [10]. Легкість поширення та доступність соціальних мереж зробили їх ідеальним середовищем для поширення веселощів, гумору та спілкування. Користувачі змогли легко створювати, ділитися та реагувати на меми.

Цікавими для наукового вивчення є перші мему та їх поширення, так, наприклад, історія інтернет-мемів починається з невеликої спільноти інтернет-користувачів, які почали створювати та ділитися цікавим, кумедним та саркастичним змістом. Спільноти таких мемів часто привертати увагу вузького кола людей з подібним почуттям гумору або інтересів[2].

Один з найвідоміших ранніх мемів – «Dancing Baby» або «Baby Cha-Cha» (див. Додаток Б) - з'явився в 1996 році як анімаційний gif, що зображує дитину, що танцює. Мем швидко став популярним у мережі і став елементом поп-культури, з'являючись у відеограх, рекламних роликах та навіть у піснях. Він зародив нову форму виразності та гумору в онлайн-середовищі.

Інший приклад ранніх мемів - фотографія «I Can Has Cheeseburger?» (див. Додаток В), яка з'явилася в 2007 році. На цих фотографіях зображений набір із коміксами, що привернуло увагу інтернет-користувачів до запровадження написів на зображеннях. Мем «I Can Has Cheeseburger?» спричинив популярність інших мемів з котами, такими як "Nyan Cat" (див. Додаток Г), і «Grumpy Cat» (див. Додаток Г), які швидко стали віртуальними зірками.

Перші мему поширювалися переважно через електронну пошту або на спеціальних веб-сайтах, але з розвитком соціальних мереж вони почали широко поширюватися та з'явилися на таких платформах, як Facebook, Twitter та Instagram. Мему стали частиною щоденної комунікації та спілкування в онлайн-середовищі, створюючи глобальну культуру гумору та багато спільнот інтернет-користувачів.

Також ми би хотіли зупинитися на тому, яку роль зіграли соціальні мережі у розповсюдженні інтернет-мемів та особливостях їхнього впливу на поширення мемів.

З розвитком інтернету мему стали більш доступними та мультимедійними [6]. Люди активно діляться мему на своїх сторінках, коментують їх, надсилають друзям та взаємодіють з ними. Через можливість

лайків, репостів і коментарів взаємодія з мемами стала ще більш просунутою та простою.

Популярні соціальні мережі, такі як Instagram, Twitter, Facebook і TikTok, пропонують користувачам широкі можливості для створення та поширення мемів. Більшість з них, якщо не всі мають спеціальні сторінки або групи, присвячені мемам, де користувачі можуть спілкуватися, обговорювати та ділитися своїми улюбленими мемами з іншими. На таких сторінках і групах активно спілкуються люди, які мають схожий смак або інтереси.

Спільноти, що створюють меми, можуть мати свою власну динаміку та мову, що робить меми зрозумілими тільки для тих, хто належить до цієї спільноти.

З розвитком мобільних пристроїв і додатків для обробки зображень і відео, стало ще легше створювати та популяризувати меми. Люди можуть швидко зробити фото чи відео, створити з ними мем і моментально опублікувати його в соціальних мережах. Крім того, соціальні мережі надають користувачам можливість використовувати фільтри, ефекти та інструменти для редагування зображення, що дає їм більше ресурсів для створення своїх мемів [5], [6].

За допомогою хештегів та підписок користувачі можуть знайти та долучитися до спільноти, яка цікавить їх певними мемами. Соціальні мережі надають людям можливість бути в курсі останніх трендів у світі мемів, підпишіться на облікові записи мем-спільнот та отримайте їх пости у своїй стрічці новин того ж Facebook.

Розповсюдження мемів у соціальних мережах фактично відбувається через процеси вірусного поширення. Якщо якась аудиторія є поціновувачем мему, то вона починає ним ділитися та розповсюджувати його. І так від однієї спільноти до іншої, від однієї людини до іншої. Така велика кількість повторних розповсюджень призводить до широкого поширення мемів. [6]

Крім того, соціальні мережі активно використовують для просування нових мемів. Більшість мемів доступна в різних групах, сайтах і форумах, а

соціальні мережі служать каналом для їх поширення та взаємодії з ними. Спільноти, що створюють меми, часто мають свою власну динаміку та спільну мову, що робить меми зрозумілими тільки для тих, хто належить до цієї спільноти. Однак деякі меми можуть стати достатньо популярними, щоб перетнути межі власної спільноти й стати відомими широкому колу людей.

Загалом, соціальні мережі постійно змінювали способи, якими меми створювалися та поширювалися [1]. Вони стали основним майданчиком для взаємодії з мемами зараз. Використовуючи своє вміння та креатив, користувачі створюють смішні, цікаві, контroversійні або емоційно завантажені меми. Вони можуть включати в себе фотографії, відео, текст або поєднання цих елементів. Інтернет-меми легко залишаються віршами часу, що летить з одного кутка соціальної мережі в іншу, поширюючись серед різних груп і користувачів.

Пропонуємо розглянути види та класифікацію інтернет-мемів, адже класифікація інтернет-мемів є важливим завданням для розуміння їхньої ролі у комунікаційних процесах. Вибір основи для класифікації мемів визначає, які аспекти будуть аналізуватися та як буде структуруватися їхнє дослідження. У цій роботі пропонується використовувати комплексну основу для класифікації мемів, яка включає такі критерії: форма вираження та змістовна основа. Ця класифікація дозволяє розглянути меми з різних точок зору та розкрити їхню багатогранність.

Класифікація за формою вираження

Зображення з текстовим блоком є популярним форматом для мемів в інтернеті. Цей формат включає поєднання візуального зображення з текстовими елементами, які пояснюють або підсилюють комічний або інформативний зміст зображення. Найпоширеніші типи зображень з текстом включають:

1. Класичні меми з підписами. Це меми, де текст накладається на верхню та нижню частини зображення, часто використовуючи великий білий шрифт з чорною окантовкою для кращої видимості. Вони можуть бути

використані для вираження сарказму, іронії або просто для додавання гумористичного контексту.

2. Меми-скріншоти. Використовують зображення з фільмів, телешоу або відеоігор, на яких накладається текст, що змінює або підсилює контекст зображеного.

Один із найбільш відомих прикладів подібних мемів – це «Distracted Boyfriend» (див. Додаток Д). Цей мем використовується для показу ситуацій, коли особа звертає увагу на щось інше, замість того на чому б мала зосередитися. Мем використовується в різних контекстах, а іноді зі зміною тексту або додаванням інших елементів для створення унікального змісту.

Ще один відомий мем – це «Pepe the Frog» (див. Додаток). Це зображення жаби Репе, яке може виражати різні емоції, включаючи радість, сум, злість або сарказм. «Pepe the Frog» став популярним культурним феноменом та часто використовується як символ та інструмент для висловлення різних думок та емоцій. Часто «Pepe the Frog» перетворюється на варіації з ефективними текстовими блоками, що змінюють його значення та контекст.

Щодо мемів, які виконують героїв із мультсеріалів чи телешоу, є гарний приклад «SpongeBob SquarePants». Зображення з цього мультсеріалу часто використовуються для створення комічних ситуацій або вираження різних емоцій. Шаблон «Mocking SpongeBob» (див. Додаток Є) є одним із найпопулярніших прикладів. У цьому зображенні Спанч Боб з текстом, де літери прописані почергово(великі та маленькі), що створює ефект іронії та сарказму.

Крім цього, існують меми, які засновані на реальних фотографіях або сценах з фільмів. Наприклад, «Woman Yelling at a Cat» (див. Додаток Ж) мем, який містить дві фотографії: одна показує жінку, яка кричить, інша – kota перед тарілкою з їжею. Цей мем став відомим для показу конфліктних ситуацій або протиріччя думок.

У світі образних мемів є безліч тем, шаблонів та варіацій. Це дозволяє людям налагоджувати спілкування, виражати свої думки та емоції, а також спілкуватися за допомогою гумору та особистому шарму, що дає можливість знаходити спільну мову в цифровому просторі. Образні меми мають великий вплив на популярну культуру і соціальні медіа. Вони не тільки розважають, але і можуть викликати відчуття співпереживання або розмірковування над певними ситуаціями. Ця форма спілкування стала неодмінною частиною інтернет-культури і займає вагоме місце у повсякденному спілкуванні нас з вами.

Використання окремих мемів є також способом створення соціального або культурного контексту. Вони можуть відтворювати певні стереотипи, етнічні чи соціальні особливості, погляди чи тенденції. Це може викликати як позитивні, так і негативні реакції у користувачів, тому важливо бути свідомим та розуміти вплив, який меми можуть мати на інших людей.

Зважаючи на широке поширення мемів, їх використання може вплинути на спосіб сприйняття певних феноменів, осіб або груп, що також може мати значення для формування певних уявлень або стереотипів. Тому меми мають бути використані з розумінням і обережністю, щоб не викликати образи чи неправильного розуміння про певну групу людей.

Якщо узагальнити, то образні меми грають важливу роль у сучасній інтернет-культурі та комунікації. Вони є формою вираження гумору і соціальної ідентифікації в онлайн середовищі. Їх популярність і стабільність у соціальних медіа свідчать про високу значимість, яку вони мають у спілкуванні та взаємодії людей у цифровому вікні.

Також вважаємо важливим зупинитися на розгляді текстових мемів, а особливо їхній ролі у комунікації. Розповсюдження інтернет-мемів представляє собою важливий аспект сучасної комунікації. Одним із потужних і ефективних інструментів комунікації є текстові меми, які використовуються для вираження сміху, коментування та передачі важливих

повідомлень. Текстові мему засновані на використанні гумору, сатири та інших стилістичних прийомів для передачі ідеї або емоції.

Одна з особливостей текстових мемів полягає у використанні фраз або слів, які набувають особливого значення або стають відомими в інтернет-середовищі. Це можуть бути цитати з відомих фільмів, телешоу, гасла тощо. Текстові мему є універсальним засобом комунікації, оскільки їх можна зрозуміти і використати як людям з однаковими інтересами, так і з різним культурним прошарком. Це сприяє створенню спільної комунікаційної культури, а також формуванню колективної пам'яті та лояльності між учасниками інтернет-спільнот.

Роль текстових мемів у комунікації є незаперечною. Вони впливають на емоційний стан та настрої людей, сприяючи появі багатьох емоцій, роздумів та обговорень стосовно різних тем. Крім того, текстові мему виконують функцію зв'язку між людьми та представляють спосіб вираження своїх поглядів, емоцій або підтримки інших учасників мережі. Вони здатні створити спільну культурну пам'ять та ідентифікацію, зв'язуючи людей з подібними гумористичними преференціями або цінностями.

Наприклад плакат «Keep Calm and Carry On» спочатку виглядав просто та офіційно, з червоним фоном та білим написом. Проте, інтернет-спільнота взяла цей образ і створила безліч гумористичних варіацій та текстових мемів. Цей мем зберігає оригінальну фразу «Keep Calm and Carry On» (див. Додаток 3), але замість звичайного продовження тексту запропоновано щось несподіване і комічне – «Press Undo». Це може викликати сміх та розуміння у тих, хто знайомий з поняттям «Undo» в комп'ютерних програмах або редакторах. Мем іронізує ситуації, коли в житті бажаєш «скасувати» або «перезавантажити» деякі рішення. Такі текстові мему є популярними через свою простоту та можливість адаптації до різних тематик, що робить їх ефективними інструментами комунікації в інтернет-культурі.

Текстові мему також можуть мати великий вплив на публічну думку. Вони можуть використовуватись для підсилення певної думки або

коментарю, поширюючись в мережі швидко та масово. Через свою вірусну природу, текстові меми можуть стати інструментом впливу на суспільні процеси, політичні дебати та культурні норми.

Не менш яскравим для ока дослідника є також і відеомеми та аналіз їх поширення, адже відеомеми є яскравим прикладом того, як інтернет та соціальні медіа сприяють швидкому поширенню культурних феноменів по всьому світу. Вони є короткими, комічними чи іронічними відеороликами, що підсилюються супроводжуваним текстом або звуковими ефектами. Цей формат створює можливість весело та експресивно висловити думку, спілкуватися та взаємодіяти з іншими користувачами.

Відеомеми широко використовуються у різних контекстах, включаючи соціальні мережі, інтернет-форуми та спільноти. Їх популярність зумовлена великою кількістю факторів, таких як візуальна привабливість, легкість сприйняття, жартівливість та розумілість. Фактично, відеомеми стали своєрідною мовою, яка дозволяє виражати почуття, думки та реакції у невербальній формі.

Багато відеомемів стають вірусними, отримують мільйони переглядів та поширюються зі швидкістю світла, якщо не швидше. Ця можливість широкого поширення створює великий вплив відеомемів на суспільство та культуру. Вони можуть привертати широку громадську увагу, викликати обговорення та навіть впливати на політичні процеси. Наприклад, є випадки, коли політичні кампанії використовують відеомеми для підсилення свого повідомлення та залучення молодшої аудиторії. Це була кампанія Андрю Янга під час виборів президента Сполучених Штатів у 2020 році. Він використовував інтернет-кампанії та соціальні мережі для просування своєї кандидатури, а також створив кілька відеомемів, які вийшли за межі традиційного політичного контенту. Один із найвідоміших мемів, пов'язаних з Янгом, - це «Yang Gang Dance». Це відео, в якому Янг танцює під музику та запрошує свою підтримку, отримало популярність серед його прихильників та стало символом його кампанії.

Відеомеми мають потужний вплив на інтернет-культуру і способи сприйняття інформації. Вони створюють спільноту серед користувачів, які використовують та впізнають мематичний контент. Це дозволяє створювати своєрідну спільноту, в якій люди можуть взаємодіяти та спілкуватися на основі спільних смаків серед мемів.

Один з прикладів відеомема, який швидко набув популярності, - це «Rickrolling». Це походить від пісні «Never Gonna Give You Up» Ріка Естлі. Вона стала відома як пісня, яку поширюють у вигляді спойлера або направляють за посиланням, яке обіцяє іншу інформацію. Цей відеомем з'явився в 2007 році та швидко поширився в Інтернеті, запускаючи активний обмін між користувачами, що призводить до його широкої популярності.

Відеомеми можуть бути також інструментом маркетингу та реклами. Бренди все частіше використовують відеомеми, щоб залучити увагу до своїх продуктів або послуг. Вони намагаються використати популярні мематичні формати, щоб розвинути взаємозв'язок з аудиторією та підвищити свою впізнаваність.

Загалом, відеомеми є потужним засобом комунікації, що перетворюється на важливий елемент сучасного інтернет-культурного ландшафту. Вони не тільки розважають людей, але й створюють спільноту, спонукають до обговорення та впливають на наше сприйняття та спосіб спілкування в мережі.

Одним з важливих аспектів відеомемів є їх соціальний вплив. Це сприяє формуванню культур та груп, де люди взаємодіють та спілкуються на основі спільних відеомемів. Наприклад, важко було б не згадати про емблематичний відеомем Gangnam Style, який став глобальним хітом після свого виходу в 2012 році. Цей відеокліп виконавця PSY із своїм танцем та характерною мелодією став важливим культурним явищем того часу. Він здобув мільярди переглядів та викликав безліч відео-пародій, реакцій та обговорень. Такий приклад ілюструє, як успішний відеомем може отримати

світову популярність та впливати на велику аудиторію, і що не менш важливо – об'єднувати її, в моєму випадку – об'єднувати танцем.

Крім того, відеомеми стають інструментом самовираження та творчості для користувачів. Багато людей створюють власні відеомеми, використовуючи різні засоби редагування відео, спеціальні ефекти та інші техніки. Це надає можливість власноруч створювати гумористичний контент та ділитися ним з аудиторією. Подібна творчість та активна участь у створенні відеомемів дарує деколи незабутні моменти та веселощі для багатьох користувачів.

Класифікація мемів за змістовою основою включає аналіз тематики та повідомлення, яке передає мем. Це дозволяє розглянути меми з точки зору їхнього змісту, що є ключовим для розуміння їхньої функції в комунікаційних процесах та соціальному контексті. Основні категорії за змістовою основою включають:

1. Гумористичні меми. Вони створені для розваги та викликають сміх. Вони можуть включати словесні жарти, візуальні геги або ситуаційний гумор. Гумористичні меми часто використовують сарказм, іронію, гіперболу та інші риторичні прийоми для створення комічного ефекту. Приклади включають меми з тваринами, пародії на відомі ситуації та персонажі з поп-культури.

2. Політичні меми. Вони коментують політичні події, висловлюють підтримку або критику політиків та політичних рішень. Вони можуть бути використані як засіб пропаганди, сатири або соціальної критики. Політичні меми часто мають значний вплив на громадську думку та можуть сприяти мобілізації громадянського суспільства. Приклади включають карикатури на політиків, меми про вибори та політичні скандали.

3. Соціальні меми. Вони висвітлюють соціальні питання, такі як права людини, екологія, освіта, здоров'я тощо. Вони можуть бути використані для підвищення обізнаності про важливі соціальні проблеми та сприяння громадським дискусіям. Соціальні меми можуть бути як серйозними, так і

гумористичними, залежно від мети автора. Приклади включають меми про кліматичні зміни, гендерну рівність та соціальну справедливість.

4. Культурні меми. Вони відображають аспекти популярної культури, включаючи фільми, музичні твори, телешоу та інші медіа. Вони часто базуються на відомих культурних референсах та використовуються для створення спільноти навколо спільних інтересів та вподобань. Культурні меми можуть бути як інформативними, так і розважальними. Приклади включають меми про відомих кіногероїв, сцени з фільмів та відеоігор.

5. Меморіальні меми. Меморіальні меми створені для вшанування пам'яті відомих осіб або подій. Вони можуть бути серйозними або гумористичними, але завжди мають на меті згадати минуле та визнати важливість певної особи або події. Меморіальні меми часто поширюються у дні річниць або після смерті відомих людей.

6. Освітні меми

Освітні меми призначені для передачі знань або навчальних матеріалів у легкій та доступній формі. Вони можуть використовуватися в освітніх закладах, науково-популярних ресурсах або серед користувачів, що прагнуть поділитися своїми знаннями. Освітні меми часто поєднують гумор з навчальним змістом, що робить інформацію більш запам'ятовуваною та цікавою.

Тож, класифікація мемів за змістовою основою дозволяє всебічно розглянути їхнє повідомлення та тематику, що є ключовим для розуміння їхньої ролі у суспільстві та впливу на комунікаційні процеси. Такий підхід сприяє глибшому аналізу мемів та їхнього місця у сучасній культурі.

Висновки до розділу 1

Інтернет-меми вже є невід'ємною частиною віртуальної комунікації, народившись як важливий засіб вираження та сприйняття сучасної культури. Закладені у їхню суть елементи гумору, іронії та спільної ідентичності

визначають їхню здатність не лише до підтримання комунікативного потоку в інтернет-середовищі, а й до впливу на суспільні думки, стереотипи та формування культурних особливостей. Вони перетворилися на потужний інструмент, здатний передавати складні ідеї, емоції та суспільні настрої швидко і доступно.

Історія створення інтернет-мемів, як видно з моєї роботи, витікає з появи інтернету та розвитку соціальних мереж. Коли інтернет став своєрідним агентом глобалізації, забезпечивши платформу для спільної та творчої взаємодії, тоді ми і побачили народження різноманітних мемів. Починаючи з ранніх етапів їхнього розвитку, таких як «Dancing Baby» та «I Can Has Cheeseburger?», інтернет-меми швидко еволюціонували та вразили сучасні тенденції. Перші меми були простими зображеннями чи текстами, але їхня здатність викликати емоційну реакцію та масово поширюватися зробила їх потужним засобом комунікації.

З часом меми розвивалися, відображаючи зміни в технологіях та суспільстві. Вони стали більш складними та різноманітними, використовуючи нові формати та медіа. Важливим кроком у моїй роботі є розгляд різних типів інтернет-мемів: образних, текстових та відеомемів. Кожен тип мему виконує свою унікальну роль у комунікації, розвиваючи та поширюючи сприйняття інформації. Образні меми використовують візуальний елемент для здійснення вражень, текстові меми підкреслюють роль слова в гуморі та іронії, а відеомеми дозволяють створювати динамічні та емоційно насичені зображення.

Вплив мемів на суспільство та культуру стає зрозумілим через призму їх реалізації в масовій культурі, а також участі у політичних та маркетингових стратегіях. Меми стають інструментом формування спільнот, самоідентифікації та засобом активної комунікації в онлайн-середовищі. Вони можуть мобілізувати громадську думку, впливати на політичні рішення та формувати суспільні дискурси. Політики, бренди та громадські діячі

активно використовують меми для залучення аудиторії та поширення своїх ідей.

Важливо відзначити, що інтернет-меми є більше, ніж лише смішними віртуальними картинками чи відео. Вони стають важливим елементом сучасної культури, що визначається стрімким розвитком технологій та змінами в комунікаційних парадигмах. Меми можуть відображати та підсилювати культурні тенденції, соціальні настрої та політичні події. Їхнє значення та вплив на суспільство продовжують розглядатися та досліджуватися, адже цей еволюційний процес відбиває важливі риси нашого часу.

Інтернет-меми також відіграють роль в освіті та професійному розвитку, допомагаючи передавати знання та навички у легкій та зрозумілій формі. Їх використання у навчальних матеріалах та корпоративній комунікації стає дедалі поширенішим.

У підсумку, інтернет-меми - це не просто засіб розваги, а потужний інструмент соціальної комунікації та культурного вираження, що відображає динаміку сучасного світу. Вони мають великий потенціал для впливу на різні аспекти життя суспільства, що робить їх важливим об'єктом для подальших досліджень та аналізу.

2 Особливості використання інтернет-мемів як інструменту комунікації

2.1 Стратегії створення та поширення інтернет-мемів

Інтернет-меми стали невід'ємною частиною сучасної комунікації в цифровому середовищі. Вони не тільки розважають, але й виконують важливу функцію передачі інформації, ідей та емоцій у легкій та доступній формі. Меми можуть висвітлювати суспільно важливі теми, коментувати актуальні події, критикувати або підтримувати певні явища та особистостей, а також бути інструментом соціальної та політичної сатири. У контексті брендингу та маркетингу меми можуть використовуватися для підвищення впізнаваності бренду, залучення аудиторії та створення вірусного контенту, що розповсюджується швидко і масово.

Ефективність мемів у цьому контексті значною мірою залежить від стратегій їх створення та поширення. Правильно розроблений мем може стати потужним інструментом для комунікації та взаємодії з аудиторією. Він може не лише розважати, але й спонукати до роздумів, обговорень та дій. Меми здатні проникати в різні соціальні групи, завдяки своїй здатності швидко адаптуватися та відповідати культурним та соціальним кодам певної аудиторії.

Розглянемо ключові підходи, які допомагають мемам стати вірусними та впливовими:

1. Актуальність та своєчасність

Одним з найважливіших аспектів створення успішного мему є його актуальність. Меми, які відображають поточні події, тенденції або ситуації, мають більше шансів бути поміченими і поширеними. Чим швидше мем реагує на актуальні теми, тим більша ймовірність, що він буде резонувати з аудиторією. Наприклад, меми, створені на основі популярних новин або

вірусних відео, можуть швидко здобути популярність, оскільки користувачі активно шукають контент, пов'язаний з цими подіями.

2. Простота та зрозумілість

Ефективні мему зазвичай мають простий і зрозумілий зміст. Лаконічний текст і чіткі візуальні елементи роблять мему легкими для сприйняття та розуміння. Простота є важливою, оскільки інтернет-користувачі часто переглядають великий обсяг контенту і не мають часу на складні пояснення. Використання зрозумілих образів і символів дозволяє аудиторії швидко схопити суть мему, що сприяє його поширенню.

3. Гумор та емоційний вплив

Гумор є одним з найпотужніших інструментів створення вірусного контенту. Смішні, іронічні або саркастичні мему мають великий потенціал для залучення уваги. Емоційний відгук, який викликає мем, стимулює користувачів ділитися ним з іншими. Мему, що викликають позитивні емоції, такі як сміх або радість, частіше стають популярними, оскільки люди прагнуть ділитися позитивним досвідом зі своїми друзями та підписниками.

4. Релевантність аудиторії

Розуміння своєї цільової аудиторії є ключовим фактором у створенні ефективних мемів. Врахування інтересів, культурних особливостей та соціального контексту аудиторії дозволяє створювати контент, який буде релевантний і цікавий саме цій групі людей. Наприклад, мему, що звертаються до студентів, повинні відображати їхні переживання і проблеми, тоді як мему для професіоналів можуть фокусуватися на робочих ситуаціях та офісному гуморі.

5. Оригінальність та креативність

Унікальність та креативний підхід до створення мемів допомагають виділитися серед великої кількості контенту в соціальних мережах. Оригінальні ідеї, нестандартні візуальні рішення та несподівані підходи до подачі інформації роблять мему більш привабливими та запам'ятовуваними. Креативність у створенні мемів сприяє їхньому вірусному поширенню,

оскільки користувачі охоче діляться контентом, який виділяється на фоні інших.

Поширення мемів вимагає стратегічного підходу. Вибір правильних платформ для публікації мемів є вирішальним фактором їхнього успіху. Різні соціальні мережі мають свої особливості та аудиторію. Наприклад, Instagram та TikTok більше підходять для візуального контенту, тоді як Twitter добре підходить для коротких текстових повідомлень.

Використання хештегів та ключових слів допомагає збільшити видимість мемів у пошукових запитах і залучити більше глядачів. Важливим також є час публікації. Публікація мемів у години пік, коли аудиторія найбільш активна, допомагає максимізувати охоплення та залученість. Співпраця з популярними блогерами та інфлюенсерами може значно підвищити ефективність поширення мемів, оскільки їхня аудиторія часто є дуже активною і лояльною.

Вибір соціальної платформи є ключовим аспектом поширення мемів. Кожна соціальна мережа має свою специфіку та аудиторію, що впливає на тип контенту, який там буде успішним. Наприклад, Instagram і TikTok відомі своєю візуальною орієнтацією, де зображення і відео грають головну роль. Меми на цих платформах повинні бути яскравими, візуально привабливими та короткими, щоб захопити увагу глядачів. Twitter, зі своєю текстовою орієнтацією, підходить для коротких і дотепних мемів, що швидко розповсюджуються через ретвіти. Facebook, зі своєю змішаною аудиторією і широкими можливостями для коментування та обміну, дозволяє поширювати меми з детальнішим контекстом та обговореннями. Reddit є ще однією потужною платформою для мемів, де користувачі об'єднуються в спільноти за інтересами і активно діляться контентом.

Хештеги та ключові слова є важливими інструментами для збільшення видимості мемів. Використання популярних і релевантних хештегів допомагає користувачам знайти меми через пошукові запити. Наприклад, під час масштабних подій або трендів використання відповідних хештегів може

значно підвищити охоплення мему. Важливо стежити за актуальними хештегами і вміти швидко адаптувати свій контент до нових тенденцій.

Інфлюенсери мають значний вплив на свої аудиторії, і співпраця з ними може допомогти мемам досягти широкого розповсюдження. Коли популярний блогер або зірка соціальних мереж ділиться мемом, він швидко отримує багато переглядів, лайків і коментарів. Це створює ефект снігової кулі, коли все більше користувачів починають ділитися контентом. Важливо вибирати інфлюенсерів, чия аудиторія відповідає цільовій аудиторії мему, щоб забезпечити максимальну ефективність.

Час публікації мемів також відіграє важливу роль у їхньому поширенні. Публікація контенту у години пікової активності користувачів збільшує ймовірність того, що мем буде помічений і поширений. Наприклад, у будні дні ранок і вечір, а також обідні перерви є найбільш активними періодами на більшості соціальних платформ. Аналітика соціальних мереж може допомогти визначити оптимальний час для публікацій, враховуючи специфіку платформи та поведінку аудиторії.

Створення вірусного контенту вимагає креативності та розуміння аудиторії. Вірусні мему часто використовують гумор, іронію, сарказм або актуальні події, щоб привернути увагу. Важливо також, щоб мем був легко зрозумілим і доступним для широкої аудиторії. Використання популярних культурних референсів, мемних форматів та трендових тем допомагає створити контент, який швидко поширюється.

Також існують спеціальні інструменти та платформи, що полегшують створення мемів. Мем-генератори дозволяють швидко створювати візуально привабливі мему з використанням готових шаблонів та популярних зображень. Це спрощує процес створення контенту і дозволяє зосередитися на креативній частині. Деякі платформи також пропонують аналітичні інструменти для відстеження ефективності мемів та їхнього поширення.

2.2 Специфіка використання інтернет-мемів у різних видах комунікації

Інтернет-меми стали невід'ємною частиною сучасної комунікації, і їх роль у корпоративному середовищі постійно зростає. Використання мемів у корпоративних комунікаціях допомагає компаніям створювати емоційні зв'язки з аудиторією, підвищувати впізнаваність бренду та покращувати внутрішню комунікацію серед співробітників.

Меми можуть сприяти зміцненню корпоративної культури, роблячи робоче середовище більш дружнім та відкритим. Використання гумору в комунікаціях допомагає знижувати рівень стресу та покращувати взаємовідносини між співробітниками. Наприклад, компанії можуть використовувати меми для вітань зі святами або досягненнями, що підвищує моральний дух і покращує загальну атмосферу.

Гумор і неформальний стиль мемів можуть значно підвищити залученість співробітників. Дослідження показують, що використання мемів у внутрішніх комунікаційних платформах, таких як Slack або Microsoft Teams, сприяє активнішій взаємодії та обміну ідеями між співробітниками. Це створює більш інтерактивне та залучене робоче середовище.

Меми можуть допомогти спростити складні повідомлення та зробити їх більш зрозумілими. Візуальні елементи та гумор у мемах підвищують рівень сприйняття та запам'ятовування інформації. Наприклад, меми можуть використовуватися для пояснення нових політик чи процедур, знижуючи ризик непорозумінь та забезпечуючи кращу комунікацію серед співробітників. Меми допомагають компаніям створити унікальний образ та підвищити впізнаваність бренду. Використання мемів у соціальних мережах привертає увагу та сприяє поширенню бренду серед широкої аудиторії. Наприклад, меми можуть використовуватися для просування нових продуктів або послуг, що допомагає компаніям залишатися актуальними та підтримувати високий рівень залученості аудиторії.

Також вони дозволяють компаніям вести більш неформальний та дружній діалог зі своєю аудиторією. Використання мемів у соціальних мережах дозволяє компаніям залучати клієнтів та отримувати більше відгуків і взаємодій. Це сприяє формуванню позитивного образу компанії та підвищенню лояльності клієнтів [5].

У кризових ситуаціях меми можуть стати потужним інструментом для зниження напруги та покращення комунікації з аудиторією. Використання гумору у кризових комунікаціях допомагає компаніям зберегти позитивний імідж та зменшити негативний вплив ситуації. Меми здатні створювати емоційний зв'язок з аудиторією, сприяти більш легкому сприйняттю складної або стресової інформації та підтримувати лояльність споживачів навіть у найскладніші часи. Під час кризових ситуацій люди часто відчують стрес, тривогу та невпевненість. Використання мемів, які викликають сміх або посмішку, може допомогти зменшити ці негативні емоції. Гумор сприяє виділенню ендорфінів, що поліпшує настрій і знижує рівень стресу [19]. Таким чином, меми можуть бути корисним інструментом для підтримки емоційної рівноваги аудиторії в період кризи.

Використання мемів у кризових комунікаціях допомагає компаніям зберегти позитивний імідж та показати свою людяність і здатність реагувати на виклики з почуттям гумору. Це може бути особливо важливим у ситуаціях, коли компанія стикається з негативною реакцією або критикою з боку громадськості. Вдало підібраний мем може показати, що компанія не лише усвідомлює проблему, а й має достатньо сміливості та креативності, щоб вийти з ситуації з гідністю.

Також меми можуть відігравати важливу роль у формуванні громадської думки під час кризових ситуацій. Вони здатні швидко поширюватися в соціальних мережах, досягаючи великої аудиторії. Це дозволяє компаніям оперативно реагувати на кризу та донести свою позицію до споживачів [16]. Завдяки гумору та креативності, меми можуть сприяти формуванню позитивного образу компанії навіть у складних обставинах.

У підсумку, використання мемів у кризових комунікаціях є ефективним підходом до управління негативними ситуаціями. Вони допомагають знизити напругу, підтримати емоційний зв'язок з аудиторією та зберегти позитивний імідж компанії. Враховуючи швидкість поширення та вплив мемів на громадську думку, їх можна розглядати як важливий елемент стратегії управління кризами.

Інтернет-меми, спираючись на свою властивість швидкого та легкого сприйняття, стали неабияким ресурсом у сферах політичної та маркетингової комунікації. У політиці вони виявилися справжньою зброєю для кандидатів, партій та активістів у створенні свого виразного образу, привертанні уваги громадськості та формуванні емоційного зв'язку з виборцями [2].

Крім того, інтернет-меми стали важливим інструментом для побудови іміджу політичних фігур. Створення чи використання конкретного мему може допомогти сформуванню певного уявлення про кандидата або партію. Такий підхід особливо ефективний в умовах інформаційного перенасичення, коли короткі, лаконічні формати мемів легше сприймаються аудиторією. Один із важливих аспектів використання інтернет-мемів у політиці - це можливість швидко реагувати на події та нагоди, використовуючи готовий шар жартів та символіки. Політики вміло використовують актуальні ситуації та ключові теми, перетворюючи їх на меми, які можуть швидко поширитися в соціальних мережах. Такий підхід дозволяє підтримувати актуальність та залучати увагу аудиторії, особливо молоді, яка часто перебуває онлайн. Гарним прикладом буде політичний харківський мем про Кернеса і Добкіна. Це відео було знято під час передвиборчої кампанії Михайла Добкіна на посаду міського голови Харкова у 2005 році. Запис був невдалий, проте людина, котра займалася монтажем «нарізала» епатажних матеріалів з дублів передвиборного ролика та виклала їх в мережу. Цей мем швидко розповсюдився в інтернеті та здобув мільйони переглядів, численних креативних адаптацій та жартів. Його вплив на

політичну атмосферу в Харкові виявився значущим, роблячи його одним із яскравих прикладів використання інтернет-мемів у політичному контексті.

Інтернет-меми стали невід'ємною частиною українського політичного ландшафту, активно використовуються для передачі політичних меседжів, мобілізації виборців та формування громадської думки. В українських реаліях меми служать ефективним інструментом для підсилення політичних кампаній, а також для підриву позицій опонентів. Розглянемо детальніше, як саме використовуються меми у політичних технологіях в Україні.

Основні стратегії використання мемів у політичних кампаніях:
Мобілізація електорату

1. В Україні, як і в багатьох інших країнах, молодь є найбільш активною групою користувачів соціальних мереж, де меми поширюються найшвидше. Політики та партії використовують меми для залучення молодого електорату, який часто є більш пасивним у традиційних політичних процесах[9]. Наприклад, під час виборчих кампаній кандидати можуть створювати гумористичні меми, що акцентують увагу на їхніх ключових обіцянках або висміюють опонентів.

2. В умовах війни на Сході України та загрози національній безпеці, меми часто використовуються для підвищення патріотичних настроїв. Зображення героїв, сатиричні картинки про агресора чи меми, що підтримують армію, можуть ефективно мобілізувати виборців та підвищувати їхню політичну активність.

Дискредитація опонентів

1. В українській політиці меми часто використовуються для висміювання політичних опонентів. Наприклад, під час виборів або політичних криз меми можуть акцентувати увагу на промахах або скандалах, пов'язаних з певними політиками. Це дозволяє швидко й ефективно поширювати критичні меседжі, які легко запам'ятовуються [3].

2. Використання мемів для створення негативних образів опонентів є поширеною практикою. Це може включати як висміювання зовнішнього вигляду, так і використання образливих або дискредитуючих фотошопів.

Політичні рухи в Україні активно використовують меми для створення впізнаваних символів. Наприклад, під час Революції Гідності та після неї виникли численні меми, які символізували боротьбу за свободу та незалежність. Такі символи стають частиною колективної свідомості та сприяють консолідації суспільства навколо певних ідей. Українські політики та активісти використовують соціальні мережі, такі як Facebook, Instagram та Telegram, для поширення мемів, які можуть стати вірусними і швидко охопити велику аудиторію. Це дозволяє доносити політичні меседжі без значних фінансових витрат на традиційну рекламу.

Успішні приклади використання мемів в українській політиці:

1. Меми під час Революції Гідності. Під час подій на Майдані меми стали потужним засобом мобілізації та підняття бойового духу. Вони використовувалися для висміювання режиму Януковича, а також для підкреслення героїзму протестувальників [14].

2. Президентські вибори 2019 року. Під час виборчої кампанії Володимира Зеленського його команда активно використовувала меми та гумористичні відеоролики, що стали вірусними. Це дозволило залучити молодих виборців та значно підвищити впізнаваність його кампанії.

3. Антиросійські меми. У контексті російсько-української війни меми часто використовуються для висміювання російської пропаганди та підкреслення української незалежності. Це сприяє формуванню національної ідентичності та консолідації суспільства.

Використання мемів у політиці несе також певні ризики. Зокрема, це стосується поширення фейкових новин та маніпулятивного контенту, що може дезінформувати громадськість і підірвати довіру до політичних процесів. Важливо, щоб політики та їхні команди відповідально підходили до створення та поширення мемів, враховуючи етичні норми та правові аспекти.

Інтернет-меми стали ефективним інструментом політичної комунікації в Україні. Вони дозволяють швидко і ефективно донести політичні меседжі, мобілізувати виборців і дискредитувати опонентів. Використання мемів у політиці вимагає творчого підходу та розуміння аудиторії, а також відповідальності за поширюваний контент. В умовах сучасних викликів меми можуть стати як потужним засобом підтримки демократії, так і інструментом маніпуляцій та дезінформації.

У маркетинговій комунікації інтернет-меми стають не лише інструментом привертання уваги, але й засобом взаємодії та взаєморозуміння з аудиторією. Компанії використовують гумор, щоб створити більш особистий зв'язок із споживачами. Спільні образи знову стають мемами та невід'ємною частиною бренду, що сприяє його визнанню та популярності. Такий підхід у маркетингу дозволяє компаніям не лише рекламувати свої продукти, але і створювати позитивний образ, який споживачі запам'ятовують. У світі, насиченому рекламою, інтернет-меми стають своєрідним фільтром, дозволяючи обрати та запам'ятати саме ті бренди, які передають своє повідомлення у найцікавішій та найзрозумілішій формі.

Використання інтернет-мемів у політиці та маркетинговій комунікації виявляється не тільки успішним, але й актуальним. Воно забезпечує ефективну взаємодію з аудиторією та визначає нові стандарти у світі віртуальної комунікації. Інтернет-меми є джерелом відпочинку та розваги. Вони допомагають людям розслабитися, забути про стрес і насолодитися гумором. Інтернет-меми стали важливою частиною популярної культури, використовуючи гармонію з телевізійними шоу, фільмами, музикою та іншими аспектами поп-культури.

Загалом, інтернет-меми є впливовим культурним явищем в сучасному інформаційному суспільстві. Вони впливають на спосіб комунікації, мислення та соціальність користувачів інтернету, а також формують культурні норми і стереотипи.

Приклади успішних кейсів

1. Wendy's

Wendy's використовує меми у своїх соціальних мережах для взаємодії з клієнтами. Їх гумористичні твіти та меми стали візитною карткою бренду, привертаючи увагу та створюючи позитивний образ. Використання мемів значно підвищило популярність Wendy's серед молоді та збільшило кількість підписників у соціальних мережах. Наприклад, їх вміло підібрані жарти та відповіді на запити користувачів стали вірусними, що сприяло підвищенню взаємодії з аудиторією.

Одним з найуспішніших кейсів від Wendy's є їх кампанія під назвою #NuggsForCarter. У 2017 році Картера Вілкерсона, звичайного користувача Twitter, запитав Wendy's, скільки ретвітів потрібно, щоб отримати річний запас курячих нагетсів. Wendy's відповіла «18 мільйонів». Картер запустив кампанію під хештегом #NuggsForCarter, яка швидко стала вірусною. Знаменитості, такі як Еллен ДеДженерес, і великі бренди приєдналися до підтримки, і твіт Картера встановив рекорд як найбільш ретвітнутий твіт в історії Twitter на той час, зібравши понад 3,6 мільйона ретвітів (див. Додаток И).

2. Duolingo

Duolingo використовує меми для створення розважального контенту, що залучає користувачів та підтримує їх інтерес до навчання. Це сприяло збільшенню кількості активних користувачів та підвищенню їх лояльності. Використання мемів допомогло Duolingo зробити навчальний процес більш цікавим і інтерактивним, що позитивно позначилося на утриманні користувачів. (див. Додаток I)

3. Netflix

Netflix активно використовує меми для промоції своїх серіалів і фільмів у соціальних мережах. Використання мемів дозволяє Netflix залишатися актуальними та підтримувати високий рівень залученості аудиторії. Їх вірусний контент швидко поширюється серед користувачів, що збільшує інтерес до їхнього контенту. Наприклад, меми, що базуються на популярних

серіалах, таких як «Stranger Things» або «The Witcher», допомагають залучати нових глядачів та підтримувати інтерес серед існуючих. Також команда Netflix часто спілкується з аудиторією в соціальних мережах використовуючи меми (див. Додаток І).

4. Nike, один із провідних світових брендів спортивного одягу та взуття, активно використовує інтернет-меми для просування своїх продуктів і підтримки актуальних соціальних тем. Це допомагає залучати молодіжну аудиторію, формувати позитивний імідж бренду, орієнтованого на активний спосіб життя та соціальну відповідальність, а також підвищувати впізнаваність бренду та зміцнювати його позиції на ринку.

Nike відомий своєю підтримкою соціальних рухів та кампаній за справедливість. Використання мемів дозволяє бренду швидко реагувати на актуальні події та демонструвати свою позицію. Наприклад, кампанія з Коліном Каперніком, який став обличчям рекламної кампанії Nike після свого протесту проти расової несправедливості, викликала великий резонанс. Меми на цю тему поширювались швидко, підкреслюючи підтримку брендом прав людини та соціальної справедливості.

Бренд використовує меми для відображення поточних соціальних і культурних подій, що допомагає бренду залишатися актуальним та сучасним. Наприклад, меми, що підтримують рух Black Lives Matter, показують, що бренд активно виступає за рівність і проти дискримінації.

Меми, що прославляють спортивні досягнення видатних атлетів, допомагають Nike підкреслити свою асоціацію з успіхом та наполегливістю. Наприклад, після перемог відомих спортсменів, які співпрацюють з Nike, в соціальних мережах з'являються меми, які святкують ці події, що підсилює позитивний імідж бренду. Використання мемів із мотиваційними цитатами та зображеннями успішних спортсменів сприяє популяризації активного способу життя. Це резонує з аудиторією, яка прагне досягнень і шукає натхнення у спортивних іконах.

Молодь цінує гумор та креативність, що робить меми ідеальним інструментом для залучення цієї групи. Nike створює меми, які поєднують гумористичні елементи з рекламою своїх продуктів, що робить контент більш привабливим і легко запам'ятовуваним. Також він активно взаємодіє з користувачами у соціальних мережах, що дозволяє створювати контент, який є релевантним і цікавим для молодіжної аудиторії. Використання мемів, які закликають до участі у флешмобах або спортивних заходах, підвищує рівень залученості та лояльності клієнтів.

Завдяки вірусному поширенню мемів, Nike змогла значно підвищити свою впізнаваність. Креативні та актуальні меми швидко розходяться в інтернеті, досягаючи широкої аудиторії та підсилюючи позиції бренду. Використання мемів, що підтримують соціальні рухи та прославляють спортивні досягнення, сприяє формуванню позитивного іміджу бренду, який турбується про суспільство і підтримує важливі соціальні ініціативи. Активне використання мемів допомагає Nike утримувати провідні позиції на ринку, постійно привертаючи увагу до своїх продуктів і зберігаючи актуальність у швидкозмінному медіапросторі.

Приклади успішних кампаній:

1. Кампанія з Коліном Каперніком: У 2018 році Nike запустила кампанію з Коліном Каперніком під гаслом «Believe in something. Even if it means sacrificing everything.» Цей меседж, що підтримував протест Каперніка проти расової несправедливості, викликав хвилю мемів і обговорень в інтернеті. Кампанія не лише підвищила впізнаваність бренду, але й закріпила за Nike репутацію соціально відповідального бренду.

2. Кампанія «Just Do It»: Класичне гасло Nike «Just Do It» також стало основою для численних мемів, які мотивують людей досягати своїх цілей. Мемі, створені на основі цього слогану, відображають спортивні досягнення, наполегливість та подолання труднощів.

Використання інтернет-мемів у маркетингових стратегіях Nike є ефективним інструментом для залучення молодіжної аудиторії, підтримки

актуальних соціальних тем та просування бренду. Завдяки креативним підходам, гумору та інтерактивності, Nike змогла підвищити впізнаваність бренду, зміцнити свої позиції на ринку та сформувати позитивний імідж, орієнтований на активний спосіб життя та соціальну відповідальність.

5. Old Spice є яскравим прикладом того, як вдало використання інтернет-мемів та гумористичних елементів у маркетингових кампаніях може кардинально змінити імідж бренду, залучити нову аудиторію та значно підвищити продажі. Розглянемо детальніше, як це вдалося компанії.

До початку активного використання інтернет-мемів та гумору в рекламі, Old Spice асоціювався з продуктами для старшої аудиторії. Бренд мав імідж застарілого та консервативного, що обмежувало його привабливість серед молодших споживачів. Зміни почалися у 2010 році, коли Old Spice запустила нову рекламну кампанію «The Man Your Man Could Smell Like». Головним героєм став актор Ісаія Мустафа, який з'являвся у коротких відеороликах з яскравими та абсурдними сценами, що швидко стали мемами.

Основні елементи успішної стратегії Old Spice включали:

1. Гумор та абсурд: кампанія використовувала яскравий гумор, який легко запам'ятовувався та викликав сміх. Абсурдні ситуації, в яких опинявся головний герой, привертали увагу глядачів і робили рекламу вірусною.

2. Візуальна привабливість: рекламні ролики були професійно зняті з використанням яскравих кольорів, динамічних сцен та спеціальних ефектів, що робило їх привабливими для глядачів.

3. Інтерактивність: Old Spice активно взаємодіяв з аудиторією через соціальні мережі. Наприклад, під час кампанії Ісаія Мустафа відповідав на коментарі користувачів у Twitter та YouTube у реальному часі, що підвищувало залученість та лояльність клієнтів.

4. Адаптація контенту під платформи: контент був адаптований під різні платформи соціальних мереж, що дозволяло максимально

використовувати їхні особливості для залучення аудиторії. Короткі та динамічні ролики добре підходили для YouTube, Instagram та Facebook.

Використання інтернет-мемів та гумору мало значний вплив на бренд Old Spice:

1. Зростання впізнаваності: рекламні ролики стали вірусними, що значно підвищило впізнаваність бренду. Люди активно ділилися відео, створювали меми на їх основі, що ще більше поширювало інформацію про бренд.

2. Збільшення продажів: кампанія призвела до значного зростання продажів продукції Old Spice. За даними компанії, після запуску кампанії продажі зросли на 125% протягом перших трьох місяців.

3. Зміна іміджу: Old Spice зміг кардинально змінити свій імідж з «бренду для старших» на «сучасний та креативний бренд». Це залучило молоду аудиторію, яка раніше не асоціювала себе з продуктами Old Spice.

4. Підвищення лояльності клієнтів: інтерактивність та постійна взаємодія з аудиторією допомогли побудувати міцніший зв'язок з клієнтами, що сприяло підвищенню лояльності до бренду.

Досвід Old Spice демонструє, як вдало використання інтернет-мемів та гумору у маркетингових кампаніях може значно покращити імідж бренду, залучити нову аудиторію та підвищити продажі. Стратегія компанії, заснована на яскравих та абсурдних гумористичних елементах, активній взаємодії з користувачами та адаптації контенту під різні платформи, є відмінним прикладом того, як можна ефективно використовувати сучасні комунікаційні інструменти для досягнення бізнес-цілей [16].

Використання мемів у корпоративних комунікаціях є ефективним інструментом для покращення внутрішньої та зовнішньої комунікації, формування позитивного образу бренду та підвищення залученості як співробітників, так і клієнтів. Наукові дослідження та успішні кейси підтверджують, що меми здатні значно впливати на ефективність комунікаційних процесів у компанії, роблячи їх більш інтерактивними та

привабливими.

2.3 Роль інтернет-мемів у процесах мережетворення та ідентифікації

Інтернет-меми стали частиною віртуальної комунікації, виступаючи важливим засобом вираження та сприйняття сучасної культури. Закладені у їхню суть елементи гумору, іронії та спільної ідентичності визначають їхню здатність не лише до підтримання комунікативного потоку в інтернет-середовищі, а й до впливу на суспільні думки, стереотипи та формування культурних особливостей [10].

Вони виступають своєрідним магнітом, який збирає навколо себе людей з подібним гумористичним смаком чи інтересами. Наприклад, меми, що асоціюються з конкретною субкультурою або інтересом (таким як фанати певного телесеріалу чи гри), можуть об'єднати спільноту, яка ділить схожі уподобання. У таких спільнотах відбувається обмін ідеями, жартами та творчими витворами, сприяючи виробленню особливого контингенту.

Соціальні мережі та платформи, такі як Facebook, Reddit, Twitter та Instagram, слугують осередками для таких спільнот. Користувачі створюють групи, сторінки та підфоруми, присвячені обговоренню та поширенню мемів, що відповідають їхнім інтересам. Це дозволяє учасникам почувати себе частиною більшої групи, де вони можуть знайти підтримку, поділитися досвідом та розважатися.

Також інтернет-меми дозволяють користувачам виражати свої погляди, гумористичний смак та пов'язувати себе з певними образами чи концепціями. Коли людина використовує або асоціюється з певним мемом, це може слугувати виразом її ідентичності в онлайн просторі. Кожен користувач має можливість самоідентифікувати себе через меми. Наприклад, людина, яка активно поширює меми на тему захисту навколишнього середовища, демонструє свою екологічну свідомість. Інша людина, яка поширює меми, пов'язані з науковою фантастикою, виражає свою пристрасть

до цього жанру. Таким чином, меми стають інструментом для вираження особистих інтересів та переконань.

Інтернет-меми допомагають створювати віртуальні спільноти, де користувачі можуть взаємодіяти, обговорювати теми та знаходити осіб зі схожими цінностями чи поглядами на світ. Це стає не тільки важливим аспектом інтернет-культури, але і реальним фактором формування спільнот і визначення ідентичності її учасників. Проте вони не лише об'єднують людей, але й можуть впливати на соціальні та політичні процеси. Вони часто використовуються для висловлення політичних позицій, критики чи підтримки певних ідеологій. Учасники спільнот можуть використовувати меми для мобілізації громадськості, привертання уваги до важливих питань та впливу на громадську думку. Меми сприяють встановленню спільних цінностей та культурних ідентичностей. Вони можуть втілювати певні культурні та соціальні норми, які стають основою для спільнот. Наприклад, меми, що відображають традиційні свята, соціальні події чи політичні явища, допомагають формувати спільну культурну ідентичність та об'єднувати людей навколо спільних тем.

Вони можуть значно впливати на комунікаційні процеси, як внутрішні, так і зовнішні. Використовуються компаніями та організаціями для покращення комунікації зі своєю аудиторією, створення більш позитивного образу та залучення нових клієнтів. Наприклад, компанія Duolingo активно використовує меми у своїй маркетинговій стратегії для привернення уваги до своїх продуктів та послуг, що дозволяє їм залишатися популярними серед молоді.

Інтернет-меми, як елемент віртуальної комунікації, відіграють важливу роль у формуванні спільнот та самоідентифікації в онлайн середовищі. Вони здатні об'єднувати людей, допомагати їм визначати особистість та виражати свої переконання. Крім того, меми впливають на соціальні та політичні процеси, стаючи важливим інструментом сучасної комунікації. Завдяки своїй здатності швидко поширюватися та викликати емоційний відгук, меми

залишаються потужним засобом впливу та самовираження у цифровому світі.

2.4 Етичні та правові аспекти використання мемів

Інтернет-меми, як соціокультурний феномен, мають значний вплив на комунікаційні практики сучасного суспільства. Проте, поряд із їхньою популярністю та поширенням, постають важливі етичні та правові питання. З одного боку, меми можуть бути потужним інструментом для висловлення думок, протесту та соціальної критики. Вони можуть бути використані для підвищення обізнаності про соціальні проблеми та сприяння громадським дискусіям. З іншого боку, їхнє використання може стати джерелом етичних конфліктів та правових порушень. Одним з ключових етичних аспектів використання мемів є питання приватності та згоди. Меми часто створюються на основі фотографій або відео, що містять зображення людей, які можуть не знати або не погоджуватися на використання свого образу. Це може порушувати їхнє право на приватність та особисте життя. Крім того, меми можуть містити образливий, дискримінаційний або наклепницький контент, що також викликає етичні та правові питання [4].

Правові аспекти включають питання авторського права та інтелектуальної власності. Часто меми створюються на основі матеріалів, захищених авторським правом, без дозволу власників цих прав. Це може призвести до юридичних суперечок та претензій з боку правовласників.

Авторське право є важливим аспектом у контексті створення та використання мемів. Згідно з міжнародними та національними законодавствами, авторські права захищають оригінальні твори, включаючи текст, зображення, відео та інші форми вираження. Використання цих творів без дозволу правовласника може вважатися порушенням авторського права.

Меми часто створюються на основі відомих зображень, фрагментів фільмів, серіалів, музичних творів та інших медіа. Незважаючи на те, що

багато користувачів вважають це формою пародії або сатири, що може бути захищено так званою «справедливою використанням» (fair use) в деяких юрисдикціях, це не завжди гарантує захист від правових претензій.

У США, наприклад, справедливе використання може дозволяти некомерційне використання захищених авторським правом матеріалів з метою коментарів, критики, новинного висвітлення, навчання або дослідження. Однак, кожен випадок оцінюється індивідуально, і критерії включають мету та характер використання, природу захищеного твору, обсяг використаного фрагмента та вплив на ринок оригінального твору.

У Європейському Союзі правила щодо справедливого використання більш суворі, і часто потребують отримання дозволу від правовласника, навіть якщо використання має некомерційний характер. Це створює додаткові виклики для творців мемів у Європі.

Етичні питання, пов'язані з використанням мемів, є багатограними та стосуються як індивідуальних прав, так і суспільних норм. Одне з головних етичних питань – це використання образів та контенту без згоди осіб, які на них зображені. Це може призводити до порушення приватності та негативних наслідків для особистого та професійного життя цих осіб. Інше важливе етичне питання – це використання мемів для поширення ненависті, дискримінації або фейкових новин. Меми можуть бути потужним інструментом для маніпуляції громадською думкою, поширення стереотипів та підбурювання до насильства. Особливо це актуально в контексті політичних та соціальних конфліктів, де меми можуть використовуватися для дискредитації окремих осіб або груп.

Крім того, використання мемів у комерційних цілях без належного авторського дозволу також викликає етичні питання. Це стосується як великих компаній, так і малих підприємців, які можуть використовувати популярні меми для просування своїх продуктів або послуг, порушуючи авторські права та етичні норми.

Етичні питання, пов'язані з використанням мемів, в Україні відображають глобальні тенденції, але мають і свої специфічні риси. Чутливість до контенту. Меми можуть бути потужним інструментом для передачі гумору та іронії, але вони також можуть спричиняти образи та шкоду. В Україні, як і в усьому світі, важливо враховувати чутливість аудиторії до різних тем, особливо тих, що стосуються національних, релігійних або політичних аспектів. Використання мемів, що можуть бути образливими або дискримінаційними, є етично неприпустимим.

В умовах війни та соціально-політичної нестабільності, які переживає Україна, важливо уважно підходити до вибору тем для мемів. Гумор на теми, що стосуються військових дій, національної трагедії або політичних конфліктів, може бути недоречним та образливим для значної частини населення.

Правові аспекти використання мемів в Україні охоплюють декілька важливих сфер:

1. Авторське право. Згідно із законодавством України, авторське право захищає твори літератури, науки та мистецтва, включаючи зображення, фотографії та відео. Використання чужих творів для створення мемів без дозволу автора може призвести до порушення авторських прав. Це особливо актуально для комерційного використання мемів, коли меми використовуються для реклами або просування товарів та послуг.

2. Захист честі та гідності. Поширення мемів, що містять наклеп або образливі висловлювання на адресу конкретних осіб, може розцінюватися як порушення законодавства про захист честі, гідності та ділової репутації. В Україні особи, чиї права були порушені, мають право на судовий захист та компенсацію моральної шкоди.

3. Використання зображень людей без їхньої згоди може порушувати право на приватність. Це стосується не лише публічних осіб, але й звичайних громадян, чиї фотографії можуть бути використані без їхнього відома та згоди.

4. Поширення мемів, що містять фейкову або дезінформацію, може мати серйозні правові наслідки. В умовах гібридної війни та інформаційних атак, що постійно відбуваються в Україні, важливо перевіряти достовірність інформації перед тим, як поширювати її у вигляді мемів.

Україна знаходиться у складній соціально-політичній ситуації, що впливає на контекст створення та поширення мемів. В умовах війни, інформаційних атак та політичної поляризації, меми можуть бути інструментом як для об'єднання суспільства, так і для його розколу. Важливо враховувати цей контекст, створюючи контент, який би сприяв консолідації, а не посиленню конфліктів.

Використання інтернет-мемів в Україні має велике значення для різних сфер комунікації, але вимагає ретельного дотримання етичних та правових норм. Розуміння цих аспектів допоможе уникнути негативних наслідків та забезпечить відповідальне використання мемів як інструменту для гумору, критики та соціальної взаємодії. Це особливо важливо в умовах поточних соціально-політичних реалій, коли кожне слово і кожен образ можуть мати значний вплив на суспільство.

Таким чином, етичні та правові аспекти використання мемів вимагають ретельного аналізу та уваги як з боку користувачів, так і з боку законодавців. Етичні стандарти та правові рамки повинні розвиватися разом із змінами в цифровому середовищі, щоб забезпечити баланс між свободою вираження та захистом прав осіб та інтелектуальної власності.

Висновки до розділу 2

Інтернет-меми стали невід'ємною частиною сучасного медійного простору, відіграючи значну роль у комунікації різних сфер життя. Після детального аналізу практичних аспектів їх використання можна виділити кілька ключових моментів, що підкреслюють важливість та ефективність мемів як комунікаційного інструменту. Їх ефективність залежить від

здатності автора відчувати культурні настрої та розуміти свою аудиторію. Успішні мему зазвичай базуються на актуальних подіях, трендах та гуморі, що легко сприймається широкою аудиторією. Однією з головних стратегій є використання візуального контенту, який відразу привертає увагу. Зображення, GIF-файли та короткі відео можуть швидко передавати зміст та викликати емоційний відгук.

Ще однією важливою стратегією є створення мемів, які легко зрозуміти та поширити. Чим простіше мем, тим вища ймовірність, що його поділяться інші користувачі. Також варто враховувати культурні та соціальні контексти, в яких мем буде поширюватися. Це забезпечує релевантність і підвищує ймовірність того, що мем «вистрілить».

У політичній комунікації мему часто використовуються для мобілізації електорату, критики опонентів та поширення політичних повідомлень. Наприклад, мему можуть бути створені для висміювання дій політичних супротивників або підкреслення досягнень певного політика. Завдяки своїй вірусній природі, мему можуть швидко поширюватися серед великих груп людей, підсилюючи політичні кампанії.

Корпоративний сектор також активно використовує мему для побудови іміджу бренду та взаємодії з аудиторією. Компанії створюють мему, щоб продемонструвати свою людяність, креативність та близькість до споживачів. Це особливо ефективно у соціальних мережах, де мему можуть швидко стати вірусними, підвищуючи впізнаваність бренду та залучаючи нових клієнтів. У маркетингу мему використовуються для створення емоційного зв'язку з аудиторією. Кампанії, що включають мему, зазвичай спрямовані на молодшу аудиторію, яка активніше користується соціальними мережами. Використання гумору, актуальних тем та вірусного потенціалу мемів дозволяє брендам ефективно доносити свої повідомлення та залучати споживачів.

Також інтернет-мему сприяють формуванню онлайн-спільнот, де люди об'єднуються навколо спільних інтересів, цінностей та гумору. Мему стають

своєрідними маркерами ідентичності, допомагаючи користувачам виразити себе та знайти однодумців. Спільний сміх та розуміння мемів сприяють формуванню соціальних зв'язків та відчуттю належності до певної групи.

Проте, важливо враховувати етичні та правові аспекти створення та поширення мемів. Порушення авторських прав, використання чужого контенту без дозволу, а також можливість поширення образливих або неправдивих мемів є серйозними викликами. Відповідальні автори мемів повинні дотримуватися етичних норм, поважати права інших творців та бути обережними з контентом, який може завдати шкоди чи образити когось.

Висновки

Дипломна робота «Інтернет-меми як інструмент комунікації» присвячена дослідженню сучасних форм комунікації та ролі інтернет-мемів у цьому процесі. Проведений аналіз охоплює теоретичні аспекти, практичне застосування мемів у різних сферах комунікації, а також етичні та правові питання, пов'язані з їх використанням. У роботі було розглянуто приклади успішного використання мемів компаніями та їх роль у політичних технологіях.

У першому розділі дослідження висвітлено основні теоретичні підходи до вивчення комунікації. Описано дефініції, функції, види та перспективи розвитку комунікації, з особливим акцентом на інтернет-комунікацію як спосіб сучасного міжособистісного спілкування. Важливою частиною цього розділу є аналіз інтернет-мемів як специфічного виду інтернет-комунікації, що дозволяє передавати складні ідеї та емоції у простій і доступній формі.

Другий розділ присвячений практичним аспектам створення та поширення інтернет-мемів. Визначено ефективні підходи та стратегії, які дозволяють мемам швидко ставати вірусними та досягати широкої аудиторії. Також розглянуто використання мемів у різних сферах комунікації:

Інтернет-меми активно використовуються у політичних кампаніях для мобілізації електорату, дискредитації опонентів та поширення ідеологічних меседжів. Успішні приклади з української політики показують, як меми можуть впливати на громадську думку та політичні процеси.

Компанії використовують меми для просування своїх продуктів, залучення молодіжної аудиторії та формування позитивного іміджу бренду. Успішні кейси Nike та Old Spice демонструють, як меми можуть підвищувати впізнаваність бренду та зміцнювати його позиції на ринку. Меми сприяють створенню спільнот за інтересами, допомагаючи користувачам ідентифікувати себе з певними соціальними групами. Це

особливо важливо в умовах цифрового суспільства, де інтернет-спільноти відіграють значну роль у формуванні колективної ідентичності.

Також в роботі були розглянуті етичні та правові аспекти використання інтернет-мемів. Питання авторських прав, етичні норми створення та поширення контенту, а також потенційні ризики маніпуляції громадською думкою є важливими аспектами, які потребують уваги. В умовах України, де питання національної безпеки та інформаційної війни є актуальними, особливо важливо враховувати ці аспекти при використанні мемів у політичній та соціальній комунікації.

Проведене дослідження підтвердило, що інтернет-меми є важливим інструментом комунікації, який має значний вплив на різні аспекти суспільного життя. Їх використання у політичній, корпоративній та маркетинговій сферах демонструє високу ефективність у передачі меседжів, мобілізації аудиторії та формуванні громадської думки.

Водночас важливо враховувати етичні та правові аспекти створення та поширення мемів, щоб уникнути негативних наслідків, пов'язаних з маніпуляцією інформацією та порушенням авторських прав. У сучасних умовах цифрового суспільства, де швидкість поширення інформації є надзвичайно високою, відповідальне ставлення до використання мемів є необхідною умовою успішної комунікації.

Таким чином, інтернет-меми виступають як інноваційний і ефективний інструмент комунікації, який продовжує еволюціонувати та знаходити нові форми застосування у різних сферах життя. Вивчення та розуміння цього феномену є важливим для сучасних досліджень у галузі комунікації та медіа.

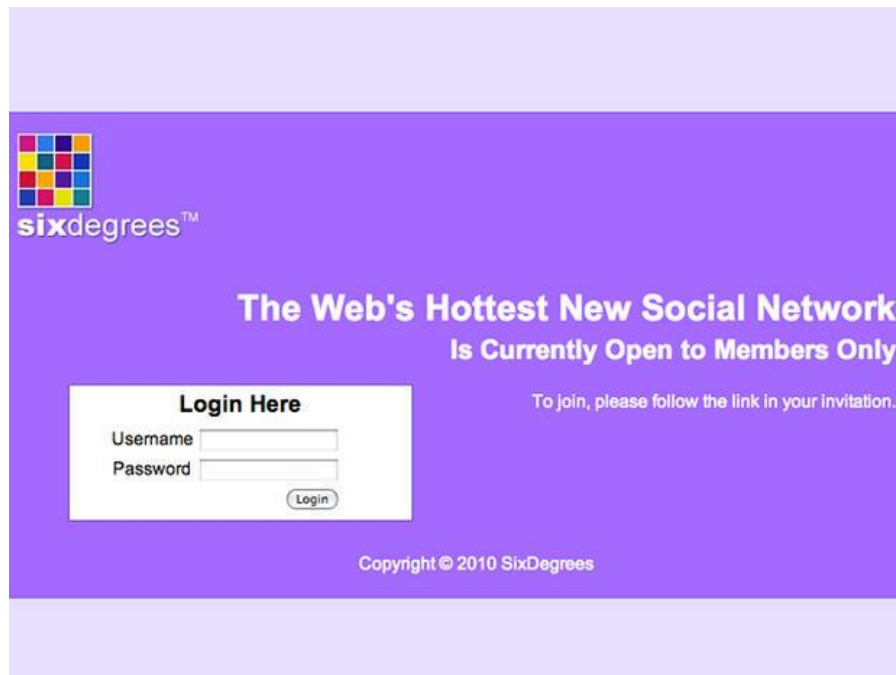
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Блекмор, С. (2016). Мемі та еволюція релігії: Нам теж потрібна меметика. *Науки про поведінку та мозок*, 39 (22), 1-3.
2. Кулкарні, А. (2017). Інтернет-мем і політичний дискурс: дослідження впливу інтернет-мему як інструменту комунікації політичної сатири. *Journal of Content, Community & Communication School of Communication*, 6 (3), 13-17.
3. Лав, АС, & Wimsatt, W. (2019). За межами мему: розвиток і структура в культурній еволюції. Міннеаполіс, Міннесота: University of Minnesota Press.
4. Філіпс, В., Мілнер, Р. (2019). Найкращі інтернет-мемі перетворюють спілкування на мистецтво
5. Ezikov Svyat 2022. МЕМ ЯК ФОРМА СПІЛКУВАННЯ В ІНТЕРНЕТІ
6. Кастельс, М. (2010). Розквіт мережевого суспільства. Оксфорд: Blackwell Publishers.
7. МакКвейл, Д. (2010). Теорія масової комунікації МакКвейла. Лондон: Публікації SAGE.
8. Байм, Н. К. (2015). Особисті зв'язки в епоху цифрових технологій. Кембридж: Polity Press.
9. Бойд, Д. (2014). Це складно: соціальне життя мережевих підлітків. New Haven, CT: Yale University Press.
9. Велман, Б., Рейні, Л. (2012). Мережа: нова соціальна операційна система. Кембридж, Массачусетс: MIT Press.
10. Шифман, Л. (2014). Мемі в цифровій культурі. Кембридж, Массачусетс: MIT Press.
11. Докінз Р. (1976). Егоїстичний ген. Оксфорд: Oxford University Press. Введення терміну «мем»
12. Мілнер, Р. М. (2016). Мем, створений світом: публічні бесіди та участь ЗМІ. Кембридж, Массачусетс: MIT Press.

13. Берджесс Дж. та Грін Дж. (2009). YouTube: онлайн-відео та культура участі. Кембридж: Polity Press.
14. Radio Free Europe/Radio Liberty. (2014). Ukraine's Crisis In Memes.
15. Knobel, M., & Lankshear, C. (2007). Онлайн-меми, спорідненість і культурне виробництво. У М. Knobel & С. Lankshear (Eds.), *A New Literacies Sampler* (стор. 199-227). Нью-Йорк: Видавництво Пітера Ленга.
16. Дженкінс Х., Форд С. та Грін Дж. (2013). Розповсюджені медіа: створення цінності та значення в мережевій культурі. Нью-Йорк: New York University Press.
17. Лессіг, Л. (2004). Вільна культура: як великі ЗМІ використовують технології та закон, щоб блокувати культуру та контролювати творчість. Нью-Йорк: Penguin Press.
18. Сегев, Е., Ніссенбаум, А. (2019). Мультикультуралізм 2.0: випадок мемів. Інформація, комунікація та суспільство
19. Хайфілд, Т. (2016). Соціальні медіа та повсякденна політика. Кембридж: Polity Press

ДОДАТКИ

Додаток А



Додаток Б



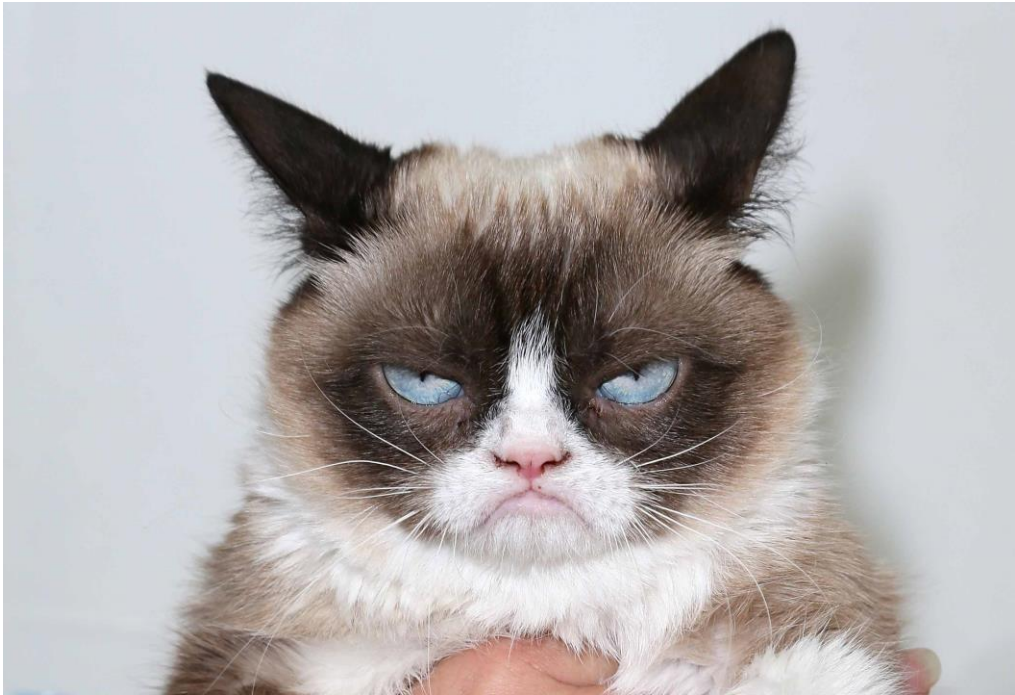
Додаток В



Додаток Г



Додаток Г



Додаток Д



Додаток Е



Додаток Є



Додаток Ж



Додаток З



Додаток И



Додаток І



Додаток ІІ

