

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ХЕРСОНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**Факультет культури і мистецтв**

**Кафедра культурології**

**ВПЛИВ ІНТЕРНЕТ-МЕМІВ НА МОЛОДІЖНУ КУЛЬТУРУ**

**Кваліфікаційна робота (проект)  
на здобуття ступеня вищої освіти «Магістр»**

Виконала: здобувачка 2 курсу, 13-211М  
групи  
Спеціальності 034 Культурологія  
Освітньо-професійної (наукової)  
програми Культурологія  
Андрусишин Мар'яна Володимирівна

Керівник: докторка педагогічних наук,  
професорка, Лимаренко Л. І.

Рецензент: директор Херсонського  
обласного центру народної творчості,  
Капелюшник В. В.

Івано-Франківськ – 2024

## ЗМІСТ

ВПЛИВ ІНТЕРНЕТ-МЕМІВ НА МОЛОДІЖНУ КУЛЬТУРУ.....	1
Кваліфікаційна робота (проект).....	1
ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1 .....	6
ІСТОРІЯ І РОЗВИТОК ІНТЕРНЕТ-МЕМІВ.....	6
1.1. Походження інтернет-мемів.....	6
1.2. Культурний контекст інтернет-мемів.....	11
1.3. Роль інтернет – мемів у формуванні культурних цінностей молоді та їхній вплив на сучасну молодіжну культуру.....	13
Висновки до першого розділу.....	16
РОЗДІЛ 2.....	18
ВПЛИВ ІНТЕРНЕТ-МЕМІВ НА МОЛОДІЖНУ ІДЕНТИЧНІСТЬ.....	18
2.1. Вплив інтернет-мемів на формування молодіжної ідентичності та субкультур.....	18
2.2. Використання інтернет-мемів у різних соціальних мережах: особливості та відмінності. 23	
2.3. Етичні та правові аспекти інтернет-мемів.....	28
Висновки до другого розділу.....	30
ВИСНОВКИ.....	32
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	34

## ВСТУП

**Актуальність дослідження** кваліфікаційної роботи на тему: «Вплив інтернет-мемів на молодіжну культуру» полягає в тому, що меми можуть виступати не лише як засіб для розваг, а й як соціальний рушій, що значною мірою впливає на формування суспільної свідомості. Зображення та відео з гумористичними та сатиричними висловлюваннями глибоко закріпилися в повсякденному житті, і з розвитком мем-культури можна спостерігати, як значно зростає їх кількість та популярність. Меми стали одним із засобів комунікаційної взаємодії, яка об'єднує людей зі спільними інтересами, що особливо помітно серед молоді.

Сучасна молодь, значну частину свого часу проводячи в інтернеті, формує власні спільноти в соціальних мережах, де меми виступають основним інструментом для комунікації. Водночас меми стають об'єктом численних дискусій і наукових досліджень через їхній вплив на молодіжну культуру та процеси соціалізації молоді.

Дослідженням феномену інтернет-мемів займалися науковці, серед яких варто виділити таких, як: Л. Шифман, Р. Докінс, Дж. Літл, П. Локвуд, Дж. Грей та інші.

Д. Кларк вказує на те, що сучасні підлітки сприймають субкультуру як тимчасове явище, яке вони приймають на певний період, після чого повертаються до мейнстріму, який фактично ніколи не покидали. Це пояснюється тим, що життєві цикли субкультур стають все коротшими, а їхні унікальні риси швидко втрачають автентичність, підпадаючи під вплив масової культури [12, с.224].

Рауль Перес зазначає, що в суспільствах, де публічно відкидається відкритий расистський дискурс, гумор расистів стає інструментом, за допомогою якого індивіди можуть розвивати соціальні взаємодії,

звертаючись до табуйованих аспектів їхніх висловлювань. Така форма гумору функціонує як прихований спосіб обговорення заборонених тем, підтримуючи соціальні зв'язки між учасниками взаємодії [29].

**Об'єктом дослідження** є: вплив інтернет-мемів на молодіжну культуру.

**Предмет дослідження:** Інтернет–меми у молодіжній культурі.

**Мета кваліфікаційної роботи:** дослідити вплив інтернет-мемів на молодіжну культуру.

Досягнення мети дослідження передбачає розв'язання таких **завдань:**

1. розкрити роль інтернет–мемів у формуванні культурних цінностей.;

2. висвітлити вплив інтернет–мемів на розвиток молодіжних субкультур;

3. проаналізувати трансформації у ціннісних орієнтаціях та уявленнях, відображених в інтернет-мемах;

4 Дослідити особливості використання мемів у різних соціальних мережах.

**Методи дослідження.** У даній кваліфікаційній роботі застосовано різноманітні методи наукового дослідження з метою комплексного вивчення впливу інтернет-мемів на молодіжну культуру, зокрема: спостереження, порівняння, узагальнення, абстрагування, формалізація, аналіз і синтез, індукція та дедукція, аналогія та ідеалізація.

**Практичне значення одержаних у ході дослідження результатів** можна використовувати для вивчення та удосконалення знань про інтернет-меми, а також можна використовувати як науковий матеріал для опрацювання іншими зацікавленими особами.

**Апробація результатів дослідження.** Основні положення кваліфікаційної роботи обговорена на Всеукраїнській науково-практичній

конференції молодих учених і студентів «Зарубіжна та українська культура: питання теорії, історії, методики» (26 квітня 2024 р.). А також, окремі результати дослідження висвітлено у статті «Гумор у світі мемів: вплив цифрових жартів на сучасну культуру» (Електронний альманах «Магістерські студії», випуск XXIV, збірник наукових статей).

**Структура наукового дослідження.** Робота складається зі вступу, шістьох підрозділів, висновків, списку використаних джерел із 41 найменування.

# РОЗДІЛ 1

## ІСТОРІЯ І РОЗВИТОК ІНТЕРНЕТ-МЕМІВ

### 1.1. Походження інтернет-мемів

Інтернет-меми – це термін, який позначає концепти, що швидко поширюються серед людей для здобуття популярності та визнання за короткий час. Він стосується ширшої категорії мемів і охоплює інтернет-повідомлення або графічні повідомлення з певним стилем. Спочатку інтернет-меми були макрофотографіями з дотепними текстами і крилатими фразами, але з часом еволюціонували в складніші форми, такі як GIF-файли, відео, жарти і медіа-віруси [11]. Інтернет-меми є частиною інтернет-культури і поширюються через соціальні мережі, блоги, електронну пошту та новинні ресурси. Багато інтернет-спільнот створюють власну «культуру мемів», що зосереджена на певних темах або нішах.

Річард Докінз вважав, що меми в культурному аспекті подібні до біологічних генів і, як і «егоїстичні гени», вони керують своїм розповсюдженням, служачи власним цілям. У цьому контексті меми переносять інформацію, розмножуються та передаються від однієї людини до іншої, а також можуть випадково змінюватися і піддаватися природному відбору, незалежно від їхнього впливу на здатність людини до розмноження і виживання. Проте, концепція мемів залишається переважно теоретичною. Ідея егоїзму і застосування цієї концепції до еволюції культури, що стала основою для меметики, є також спірною [30].

Меми існували ще задовго до появи Інтернету. Вони з'являлися задовго до того, як Річард Докінз ввів цей термін, і навіть до 1970-х років наприклад, на руїнах Помпеї в 79 році нашої ери. Одним із таких ранніх мемів є паліндром "SATOR AREPO TENET OPERA ROTAS", відомий як

Sator Square. Цей напис складається з п'яти слів, розташованих одне над одним, і його можна читати в будь-якому напрямку, включаючи зворотний та перевернутий. Точне значення цього паліндрома невідоме, але протягом століть він з'являвся в різних культурах по всьому світу, включаючи Францію, Англію, Сирію та Італію [18].

Першими інтернет-мемами стали "смайлики", створені американським інформатиком Скоттом Е. Фалманом у 1982 році. Він запропонував використовувати розділові знаки для вираження емоцій. Ця ідея швидко набрала популярності серед інтернет-користувачів по всьому світу, і в результаті з'явилися інші смайлики, такі як :) та ;) [35].

Ще одним із перших інтернет-мемів можна вважати ASCII-смайлики. ASCII – це мистецтво, який створює зображення за допомогою літер і цифр, виник ще наприкінці 1800-х років, коли люди почали використовувати друкарські машинки для створення малюнків.

У 1990-х роках ця концепція набула популярності в інтернеті, ставши своєрідним мемом, і досі залишається популярною технікою.

Абревіатура «LOL» (laughing out loud – «сміятися вголос») вважається, що з'явилася в середині 1980-х років на дошках оголошень в Альберті, Канада, як спосіб вираження сміху під час онлайн-спілкування. Раніше її використовували в іншому значенні, як «lots of love» або «lots of luck». З часом «LOL» трансформувалося, набуло функції дієслова (наприклад, «I lol'd») і стало невід'ємною частиною глобальної мережі Інтернет [38].

Перший вірусний інтернет-мем, пов'язаний з танцюючою дитиною, з'явився в Інтернеті до того, як був показаний в епізоді "Еллі Макбіл". У 1996 році графічний дизайнер Майкл Жирар створив програму, яка демонструвала програмування та конструювання рухів за допомогою комп'ютера. Остаточний дизайн представляв немовля, яке виконувало різні рухи під музику Ча-Ча-Ча. Демонстраційна версія програми була

надіслана роботодавцем Жирара, і одна з демонстрацій потрапила до поштових скриньок співробітників LucasArts, які перетворили відео на GIF-файл і опублікували його [18].

У середині 2008 року на сайті веб-художника з'явилася карикатура з образом чоловіка, який виглядає дуже задоволеним від того, що він "затролив" співрозмовника або навмисно образив його, використовуючи провокаційні слова та дії, сприйняті серйозно. Приблизно до 2010 року цей образ став справжнім символом інтернет-тролів [7].

Найвідомішим інтернет-мемом, безумовно, є жаба. Хоча точне походження цього меми залишається невідомим, відомо, що першим прикладом використання жаби в Інтернеті стала 4-річна дівчинка, яка розмістила її на онлайн-дошці оголошень. Багато людей швидко помітили, що цей мем представляє простий антропоморфний мультфільм, але інтернет-меми швидко здобули широку популярність. Зображення "Wtf" є ще одним незвичним інтернет-мемом.

Фраза "Wtf" зазвичай вважається смішним виразом, особливо серед молоді, але як мем вона може бути дійсно веселою. Це пояснює популярність образу – коли якась ідея стає популярною і повторюється, вона дивує, особливо коли фраза "Wtf" стає частиною більш широкої культури, навіть якщо це відбувається тільки в інтернеті, де мільйони людей її бачать [33].

З переходом Інтернету від комутованого доступу до DSL і розширенням можливостей обміну даними, такими як eBaum's World, меми стали більш складними. Незабаром фотографії Kitteh з підписами, написаними на унікальному діалекті, який з часом отримав назву LOLcats, стали надзвичайно популярними на 4chan.

LOLcat став прикладом макросів для зображень: прості картинки з підписами, що розташовані жирним шрифтом вгорі та внизу, де верхній підпис задає жарт, а нижній пояснює його. Інші графічні макроси,



наприклад, відомий "Can I haz cheeseburger?" або слоган "All your base are belong to us", зазвичай мали лише один підпис [37].

У другій половині інтернет-ери з'явився новий тип мемів, пов'язаний із зростаючою кількістю фотографій домашніх тварин, якими ділилися в Інтернеті. Серед найвідоміших прикладів – Advice Dog, LOLCats і Grumpy Cat. Від давньоєгипетських богів до казкових персонажів, як-от Кролик Пітер, тварини з людськими рисами вже давно є частиною людської культури, тому не дивно, що в цифрову епоху вони відроджуються як меми [35].

Деякі меми, такі як «Мінйони» та «Провал Брайана», стали широко відомими і заповнили ранні стрічки на Facebook. Інші меми мають надзвичайно довге життя завдяки їхній здатності містити безліч значень і проходити через численні ітерації, мутації та політичні контексти.

Причини такої різноманітності різні, але в випадку з Doge, як і з жабою Пеле, антропоморфна природа ікон відіграє важливу роль у їхній довговічності та адаптивності. Мем Doge з'явився несподівано чином. Спочатку випадковий інтернет-користувач опублікував фотографію своєї собаки породи шиб-іну у своєму блозі. Потім інший користувач побачив це зображення і виклав його на платформу Reddit, де вперше з'явилося поєднання образу з словом «doge» [27].

Другий за популярністю мем в інтернеті був випадково створений китайським баскетболістом Яо Міном. Його вираз обличчя, зроблений під час прес-конференції, швидко став асоціюватися з поблажливим і безтурботним ставленням до складних або безвихідних ситуацій.

У 2011 році так зване «обличчя Яо Міна» почало масово поширюватися на різноманітних розважальних платформах у вигляді мемів. Цей образ став популярним серед користувачів, коли вони хотіли передати байдужість або зневагу до певної події чи ситуації за допомогою короткого, але виразного символу [7].

Відеомеми, які своїм корінням сягають кінця 90-х років, коли реальні відеофайли, такі як badday.mpg, надсилалися електронною поштою, насправді почали процвітати після запуску YouTube у 2005 році. YouTube та інші платформи для обміну відео значно спростили використання відео як основного засобу для жартів.

Вірусними стали такі жарти, як "Rickrolling", який передбачав перехід за посиланням на відеокліп Ріка Естлі з піснею "Never Gonna Give You Up". Хоч це відео не було відверто смішним, і отримання таких посилань не було комічним саме по собі, гумор полягав у повторюваності, як це було майже з усіма мемами на ранніх етапах. Це був тролінг, але в більшості випадків із добрими намірами, більше схожий на внутрішній жарт, ніж на щось зроблене за чужий рахунок [37].

Останніми роками Reddit перетворився на головний осередок для фанатських спільнот, груп ненависті та інформаційних центрів з майже будь-якої теми, яку можна собі уявити. Такі платформи, як Reddit, завжди приваблювали переважно технічно підкованих людей, які люблять анонімно публікувати та споживати розважальний контент. Тут немає корпоративних лідерів, які контролюють контент, модерація мінімальна, реклама незначна, а дизайн дуже практичний.

Основна перевага Reddit полягає у взаємодії спільноти, а навігація на платформі є надзвичайно простою. Reddit стає все більш мейнстрімним; у 2012 році Барак Обама взяв участь у AMA (Ask Me Anything – «Запитай мене про що завгодно»). На виборах 2016 року політичне піднесення культури мемів значною мірою зосереджувалося на Reddit, з такими підтегами, як: r/The\_Donald, r/TrumpCriticisesTrump та r/politics, що сприяло загальному зростанню цієї культури [8].

## 1.2. Культурний контекст інтернет-мемів

Інтернет-меми бувають різних форм, включаючи текстові фрагменти, зображення та відео. На перший погляд вони можуть здаватися окремими, буденними висловлюваннями, але насправді це не так. Кожен мем одночасно є особистим висловлюванням і частиною загального нарративу, що відображає відчуття масового зв'язку. Вони швидко поширюються в онлайн-мережах з такою феноменальною швидкістю, що їх називають «вірусними», «заразними» або «інфекційними».

Інтернет-меми часто вдало поєднують популярну культуру з політичними посиланнями, стаючи потужним інструментом для роздумів над соціальними проблемами та критикою суспільства й політики. У провідному підручнику з цієї теми Лімор Шифман поділяє інтернет-меми на три виміри. Перший вимір стосується змісту конкретного тексту, тобто ідей, які він виражає. Другий вимір охоплює форму, тобто візуальні характеристики, що визначають їхню репрезентацію. І по-третє, ставлення його творців та адаптаторів до тексту, яке варіюється від точного відтворення до зміни дискурсивної спрямованості [13].

Меми та пов'язаний з ними контент не поширюються за класичною вертикальною схемою, де контент надходить від великих виробників (корпорацій, держав, інституцій, професійних митців) до пасивної аудиторії. Натомість меми є результатом спільної творчості та поширюються поступово через міжособистісні зв'язки.

Через простоту і доступність виробництва мемів, бар'єри для самовираження та громадської активності є низькими: за допомогою безкоштовного або дешевого програмного забезпечення, такого як Imgflip Meme Generator або Microsoft Paint, практично будь-хто може створювати і поширювати меми без необхідності досягнення професійної якості. Це змінює ієрархічні стосунки між виробниками та аудиторією,

перетворюючи їх на взаємну та колективну діяльність. Такий підхід створює нові можливості для політичних осіб поширювати свої ідеї поза традиційними медіа-структурами [9].

Однією з характерних рис інтернет-культури є її вірусність. Інформація, зокрема повідомлення активістів, швидко поширюється через соціальні мережі. Успішно створений мем або хештег може стати популярним за кілька годин, охопивши мільйони людей по всьому світу. Ця вірусна природа підсилює вплив соціального активізму, надаючи голос маргіналізованим групам і питанням, які не отримують належної уваги в традиційних медіа.

Однак швидкість поширення інформації може призвести до дезінформації, підриваючи довіру до соціальних рухів. До того ж, оскільки онлайн-активізм часто обмежується поширенням постів або підписанням петицій, простота участі може породжувати «слактивізм», коли люди вважають, що зробили внесок, хоча насправді не здійснюють значущих дій. Крім того, онлайн-простір може бути насичений токсичними висловлюваннями, переслідуваннями та мовою ворожнечі, що створює ворожу атмосферу для активістів, особливо для жінок і представників меншин. Тролінг і залякування в Інтернеті змусили деяких активістів замовкнути й припинити свою діяльність [17].

Інтернет-меми вирізняються своєю здатністю легко поширюватися на різних платформах і в різних мережах. Привласнення мемів часто має культурний, соціальний або політичний контекст, що дозволяє їм підтримувати певні точки зору або критикувати протилежні. Під маскою гумору такі позиції швидко набувають вірусного характеру, переходячи, наприклад, від маргінальних спільнот до основних платформ соціальних мереж. У таких випадках суперечливі погляди поступово проникають у мейнстрімні дискусії через приховані канал [13].

Отже, меми не лише виконують розважальну функцію, а й стають потужним інструментом соціальних змін, впливаючи на формування громадської думки та звертаючи увагу на важливі питання, які часто не висвітлюються традиційними медіа. Завдяки своїй гнучкості та здатності швидко адаптуватися, меми можуть стати новою формою протесту та мобілізації, використовуючи гумор як захисний інструмент.

Це робить їх особливо важливими в умовах обмеженої свободи слова чи цензури, оскільки вони здатні трансформуватися в засоби впливу на політичні процеси та активізм. У цьому контексті меми представляють унікальне явище, яке перетворює цифрові платформи на простір для колективної дії та культурних зрушень.

### **1.3. Роль інтернет – мемів у формуванні культурних цінностей молоді та їхній вплив на сучасну молодіжну культуру**

Меми відіграють значну роль у сучасній комунікації, впливаючи на обмін інформацією, самовираження та участь у соціальних і культурних дискусіях. У певних онлайн-спільнотах і фан-групах меми часто об'єднують спільний досвід, внутрішні жарти й колективні переконання, допомагаючи створювати почуття спільності та зміцнювати групову ідентичність. Наприклад, спільноти, об'єднані навколо хобі чи культурних інтересів, використовують меми як засіб комунікації, який відображає їхній унікальний спільний досвід [34].

Швидка еволюція та розвиток трендів у мем-культурі зменшують її чутливими до кооптації та комерціалізації з боку традиційних суспільств. Коли компанії намагаються просувати рекламу, посиляючись на популярні меми, молодь, яку вони прагнуть залучити, часто висміює такі спроби. Аналогічно, коли професори інтегрують меми в свої вступні презентації,

їх критикують за застарілість таких цитат. Навіть затяті шанувальники мемів часом не помічають актуальних тенденцій. Мем-культура слугує потужним засобом культурного дисидентства, захищаючи себе від кооптації [26].

Виникнення соціальних мереж сприяло появі нового покоління знаменитостей-інфлюенсерів. Вони здобули численних прихильників на платформах, таких як Instagram та YouTube, і їхній вплив поширюється за межі традиційних медіа. Інфлюенсери здатні встановлювати тренди, рекламувати продукти та навіть впливати на громадську думку. Вони стали культурними іконами та відіграють важливу роль у формуванні популярної культури.

Однак зростання культури інфлюенсерів також викликає питання щодо автентичності та впливу культури споживання. Багато інфлюенсерів рекламують продукти та стиль життя, які недоступні для більшості людей, що може спричиняти відчуття неповноцінності або постійну потребу в схваленні. Це явище суттєво впливає на культуру споживання і на те, як ми сприймаємо себе та інших [21].

Меми відображають одну з найпростіших людських потреб – потребу в комунікації, прагнення виходити за межі власного "я". Тисячі років тому доісторичні люди малювали на стінах печер, щоб передати те, що було для них важливим. У 2023 році ми поширюємо меми по всьому інтернету. Як ми сьогодні досліджуємо печерні фрески, щоб зрозуміти витоки людського існування, так у майбутньому архіви мемів стануть джерелом для вивчення складних комунікаційних мереж, які ми будемо в епоху інтернету.

Вони фіксують перші прояви цифрового спілкування і показують, як люди почали взаємодіяти через нові медіа. Для нас, хто виріс в епоху інтернету, може бути дивним усвідомлювати, що меми – це не лише забавний контент, а й легітимний жанр, що несе в собі культурну

інформацію, історію і навіть колективну пам'ять. Можливо, меми не можна назвати "високим мистецтвом", але їхня органічність і спонтанність надають їм особливу автентичність, що робить їх важливою частиною сучасної культури [27].

У майбутньому меми можуть стати ще більш вагомими, оскільки суспільство продовжує шукати швидкі, зрозумілі й точні засоби комунікації. Архіви мемів стануть культурною спадщиною, яка дозволить нам глибше досліджувати наші страхи, надії та спільний досвід, зберігаючи пам'ять про важливі суспільні процеси.

ТікТок функціонує як онлайн-платформа, особливо популярна серед молоді, яка відчуває певну відчуженість від традиційного дорослого світу. Завдяки цьому молоді користувачі активно привертають увагу до своєї творчості. Одним із найпоширеніших явищ на платформі є танцювальні рутини, що супроводжуються певними «звуками». Звук залишається незмінним у межах однієї спільноти користувачів, проте кожен учасник створює унікальне відео, на якому відтворює задану танцювальну послідовність. Ці танцювальні відео можна розглядати як форму мемів у контексті ТікТок.

На платформах, орієнтованих на текстовий або візуальний контент, меми зазвичай ґрунтуються на фіксованих форматах, які реміксуються користувачами шляхом редагування зображень або тексту для створення нових варіантів. У випадку ТікТок «реміксування» відбувається через фізичне втілення користувача, тобто його тіло стає центральним елементом у відтворенні формату мему. Це явище можна описати як «втілені меми», де користувачі через власну поведінку й рухи адаптують формат до індивідуального відео.

Таким чином, у ТікТок тіло відіграє значно помітнішу роль порівняно з іншими платформами. Якщо на Twitter ключову роль відіграє вербальна дотепність, то на ТікТок фізична привабливість або інші

візуально вражаючі аспекти винагороджуються набагато частіше, навіть у більшій мірі, ніж на таких платформах, як Instagram [41].

На платформі TikTok молодь активно використовує сарказм, гумор та креативні підходи для висловлення власних поглядів на важливі соціальні та політичні питання, тим самим створюючи нові форми комунікації. TikTok надає молодим людям можливість донести свій голос до глобальної аудиторії, сприяючи формуванню нових лідерів думок і впливових осіб серед підлітків і молоді. Платформа також дозволяє молоді створювати нові соціальні зв'язки та капітал, активно залучаючи їх до вірусних трендів і колективних рухів. Молоді користувачі стають учасниками глобальних процесів, а не просто спостерігачами.

### **Висновки до першого розділу**

Було проаналізовано виникнення мемів ще до ери Інтернету, коли з'явилися смайлики, які дозволяли людям виражати свої емоції, а також аббревіатури, що слугували засобом вербального вираження почуттів. Перші відео та фото меми, які розповсюджувалися в Інтернеті, мали просту і унікальну структуру. З часом меми почали формуватися на основі випадкових обставин, здебільшого пов'язаних із тваринами або людьми. Платформи на зразок Reddit завжди приваблювали переважно технічно підкованих користувачів, які прагнуть анонімно публікувати та споживати розважальний контент. На цих ресурсах відсутні корпоративні лідери, що контролюють зміст, модерація є мінімальною, реклама – обмеженою, а дизайн – практичним. Reddit сприяє висловленню думок і чесності у спілкуванні між користувачами.

Інтернет-культура має особливість швидкого поширення, що викликає позитивні емоції у користувачів. Меми виконують не лише розважальну функцію, а й слугують потужним інструментом соціальних



змін, впливаючи на формування громадської думки та привертаючи увагу до важливих питань, які часто залишаються поза увагою традиційних медіа.

Меми стали важливим елементом комунікації в онлайн-спільнотах і сприяють виникненню нових професій, таких як інфлюенсери, які мають значний вплив на молодь у соціальних мережах. Платформи соціальних мереж також сприяють молоді у формуванні нових соціальних зв'язків та капіталу, активно залучаючи їх до вірусних трендів і колективних рухів. Молоді користувачі стають активними учасниками глобальних процесів, а не просто спостерігачами.

## РОЗДІЛ 2

### ВПЛИВ ІНТЕРНЕТ-МЕМІВ НА МОЛОДІЖНУ ІДЕНТИЧНІСТЬ.

#### 2.1. Вплив інтернет-мемів на формування молодіжної ідентичності та субкультур

Глобальна мережа Інтернет стала місцем, де люди можуть комфортно бути самими собою, не соромлячись цього, та виражати свої думки через онлайн-спільноти. Субкультури представляють собою групи всередині великого суспільства, які часто мають переконання та інтереси, що відрізняються від загальноприйнятих. У місцях, де існують обмеження на самовираження, виникають реальні або віртуальні простори, де ці обмеження зникають, що сприяє розвитку субкультур.

Онлайн-спільноти надають можливість субкультурам висловлювати себе без страху перед критикою чи опором. Завдяки анонімності, яку забезпечують такі спільноти, субкультури можуть формувати бажані ідентичності, взаємодіяти між собою та висловлювати погляди на теми, які зазвичай не приймаються або засуджуються суспільством.

Часто онлайн-ідентичності, які обирають члени субкультури, схожі на їхні реальні особистості, але можуть також суттєво відрізнитися. Ідентичності, створені в онлайн-спільнотах, можуть виходити за межі традиційних соціальних ідеологій, що ґрунтуються на таких характеристиках, як раса, релігія, стать, інвалідність, і вік. Коли всі ці фізичні бар'єри подолано, виникає справжнє відчуття рівності, що дозволяє людям на рівних умовах самовиражатися та брати участь у заходах, які мають свою цінність і значимість [19].

Фандоми є одними з найвідоміших онлайн-субкультур, які об'єднують зацікавлених шанувальників навколо спільних інтересів, як-от

фільми, серіали, книги або відеоігри. Вони активно обговорюють сюжетні лінії персонажів, створюють фан-арт та фанфіки, підтримуючи життя улюблених франшиз навіть після завершення останньої серії чи фінального розділу [15].

Ділан Кларк зазначає, що сьогодні підлітки «...беруть субкультуру з полиці, носять її кілька років, а потім повертаються до мейнстріму, який насправді ніколи не полишали». Це пов'язано з тим, що життєві цикли субкультур стають дедалі коротшими, а їхні унікальні риси швидко втрачають свою автентичність [12, с.224].

З розвитком Інтернету та появою TikTok почали виникати нові субкультури, які є адаптованими або модифікованими версіями попередніх субкультур. Одна із таких субкультур є e-girl та e-boys. Це група підлітків і двадцятирічних молодих людей, які поділяють спільні естетичні погляди та зазнають впливу соціальних мереж, таких як Instagram, TikTok і Discord. Вони поєднують елементи аніме-культури та стилю комісійних магазинів. E-boys та e-girl усвідомлюють свою інтернет-ідентичність і існують майже виключно в онлайн-просторі.

Термін «e-girl» виник щонайменше у 2013 році і давно використовується як зневажливий опис жінок, які виділяються в ігровій або поп-культурі. На жаль, реальність така, що будь-яка жінка, яка працює в цій індустрії, часто стикається з домаганнями, словесними образами та навіть переслідуванням, що підриває її авторитет і створює напруженість між творцями та фанатами. Багато образів e-girl натхненні аніме та японською культурою, а їхній контент на TikTok часто супроводжується звуками К-рор або альтернативного хіп-хопу [36].

Ігрова індустрія існує вже багато років, проте лише в 1990-х вона почала розвиватися як субкультура. Це стало можливим завдяки кільком факторам: появі персональних комп'ютерів і консолей, зростанню популярності онлайн-ігор і визнанню відеоігор як прийнятної форми

розваг. Зі збільшенням кількості людей, які захоплюються відеоіграми та відвідують ігрові заходи, поступово формувалася окрема ігрова субкультура. Онлайн-ігрові спільноти відзначалися особливою дружелюбністю та спільними цілями. Субкультура геймерів об'єднується навколо інтересу до відеоігор і всього, що їх супроводжує: від самих ігор та ігрового обладнання до спільнот і соціальних мереж, які виникли навколо них. Геймери відчують сильну ідентичність і гордість за належність до цієї спільноти, часто взаємодіючи через онлайн-форуми та соціальні платформи [16].

Фандоми представляють собою групи людей, які активно слідкують за певними медіа та взаємодіють із ними. Вони постійно взаємодіють зі своєю спільнотою і з продуктами, створеними особами, що займаються їхніми інтересами. Члени фандому демонструють вищий рівень відданості, пристрасності, залученості та ідентичності, які визначаються фандомом. Люди, які ідентифікують себе як члени фан-спільноти, становлять окрему категорію, відмінну від тих, хто просто вважає себе фанатами.

Хоча терміни «фандом» і «партисипативна культура» іноді використовуються як синоніми, їх варто розрізняти, оскільки вони мають деякі відмінності в проявах. Фандом є специфічним типом партисипативної культури, зазвичай пов'язаним з володінням медіа та меншим акцентом на взаємодії між людьми зі спільними інтересами. Партисипативна культура може охоплювати більш широкий спектр діяльності, причини, чому люди залучаються до неї, можуть бути зосереджені на навчанні, самовираженні та соціальних зв'язках [20].

Поведінка фан-груп є досить складною. Деякі негативні прояви часто асоціюються з хардкорними фанами, які можуть виявляти ворожість і ізоляцію стосовно інших груп, а «фан-війни» стали поширеним явищем у онлайн-спільнотах. Багато фанатів також залучені до внутрішніх конфліктів, особливо коли виникають розбіжності щодо певних питань.

Наприклад, «війни кораблів» відбуваються між групами, які підтримують різні бажані стосунки.

Проте фандоми мають і чимало позитивних аспектів. Ці групи часто допомагають людям знайти спільноти та друзів з подібними інтересами в Інтернеті. Крім того, фандоми можуть об'єднувати людей з усього світу, які віддані певному інтересу. Також фанати менш фінансово успішних франшиз можуть підтримувати їхню діяльність через платформи на кшталт Patreon і Kickstarter [39].

Глобальний вплив аніме найкраще відображено у його відданій та різноманітній фан-базі. Фанати аніме утворили активну світову спільноту, яка нараховує мільйони шанувальників, що об'єднуються через соціальні мережі, створюють фан-арт, пишуть фанфіки та спілкуються на форумах. Ці спільноти відіграють важливу роль у поширенні аніме-культури, допомагають перекладати для субтитрів серіали, а також організовують заходи для фанатів.

Аніме-конвенції перетворилися на значні культурні події, які збирають людей з усього світу. Вони не тільки вшановують аніме, а й надають простір для вивчення інших аспектів поп-культури, таких як манга, відеоігри та косплей. Відчуття єдності та спільна пристрасть всередині аніме-фандому сприяють його глобальному зростанню [32].

К-поп фандом відомий своїм сильним почуттям єдності та використанням спільної мови, символів і ритуалів. Фанати часто приймають участь у колективних проєктах, таких як створення фанфіків, мистецьких робіт і відео, а також організовують заходи, наприклад, концерти та зустрічі. Вони активно взаємодіють через онлайн-форуми та соціальні мережі, де можуть спілкуватися і обмінюватися своїм захопленням к-попом.

К-поп фандоми відрізняються високим рівнем організації та ефективним використанням цифрових технологій для комунікації і

підтримки улюблених артистів. Наприклад, фанати часто використовують соціальні мережі, такі як Twitter, для координації онлайн-кампаній на підтримку своїх кумирів – організовують стрім-вечірки, беруть участь в опитуваннях та підвищують популярність виконавців [25].

Косплей, як форма творчої самореалізації, походить від поєднання слів «костюм» і «гра» та полягає у перевтіленні в персонажів із різних медіаресурсів, таких як фільми, серіали, романи, література, відеоігри тощо. Цей процес включає не лише створення костюмів, але й відтворення зовнішнього вигляду персонажа з використанням реквізиту, аксесуарів і перук. Значна частина костюмів виготовляється вручну, що вимагає від косплеєрів опанування різноманітних технік, таких як макіяж, робота з текстилем, обробка матеріалів і навіть конструювання механічних елементів [40].

Витоки косплею можна простежити до Японії 1970-х років. Термін «косплей» був придуманий японським журналістом Такахасі Новом, який побачив фанатів, одягнених як персонажі фантастичних і фентезійних фільмів на заході Worldcon у Лос-Анджелесі. Косплей швидко прижився в Японії, де його популярність стрімко зростає серед шанувальників аніме, манги та відеоігор.

У Сполучених Штатах Америки косплей почав набирати популярність 1980-х роках, коли аніме та манга стали відомими на Заході. Перші заходи косплею в США були скромними зібраннями фанатів, які перевтілювалися в улюблених персонажів, об'єднуючись на ґрунті спільної любові до японської поп-культури.

Сьогодні косплей – це глобальне явище, яке вже не є нішевим або локальним хобі. Воно стало важливою частиною популярної культури і навіть визнається самостійною формою мистецтва. У останні роки косплей став більш інклюзивним: люди різного віку, статі та культур беруть участь у конвенціях і подіях, де косплей – це не просто перевдягання, а форма

самовираження і творчості. Це також потужний інструмент для налагодження зв'язків між людьми зі спільними інтересами [24].

Темна академія являє собою субкультуру, що акцентує увагу на читанні, письмі та навчанні, і характеризується традиційним академічним стилем із готичним відтінком. Вона асоціюється з образами темно-коричневих кардиганів, вінтажних твідових штанів, колекцією книг, потерті шкіряні сумки, темні фотографії, задумлива поезія та черепи, що вишикувались біля свічок. Контент, позначений терміном «Темна академія», переважно створюється користувачами віком від 14 до 25 років і отримує значну популярність, зокрема понад 18 мільйонів переглядів у TikTok та понад 100 000 переглядів в Instagram. Концепція Dark Academia існувала ще до пандемії, вона здобула нове значення для багатьох молодих людей у період закриття шкіл [10].

## **2.2. Використання інтернет-мемів у різних соціальних мережах: особливості та відмінності**

Сучасні способи комунікації з людьми в значній мірі перейшли в соціальні мережі. Ці платформи дозволяють зв'язуватися з іншими, не зустрічаючись особисто. Завдяки соціальним мережам можна знайомитися з новими людьми, залишаючись вдома.

Facebook є провідною соціальною мережею у світі та найпопулярнішою в Україні. Для багатьох українців ця платформа слугує джерелом інформації, простором для дискусій і середовищем, де формуються думки. Особливістю українського Facebook є його значна політизованість. Тому більшість найяскравіших і найпопулярніших мемів в українському сегменті цієї соціальної мережі стосуються політики [3].

Мем-акаунти є серед найпопулярніших в Instagram. Користувачі практично інстинктивно діляться кумедними зображеннями, GIF-файлами та короткими відео, особливо якщо вони супроводжуються лаконічними або культурно актуальними підписами. Багато інфлюенсерів усвідомлюють це та активно включають меми в свої публікації [28].

Twitter був заснований у 2006 році, але здобув популярність лише через кілька років. Одним із перших потужних центрів культурного впливу на платформі став Чорний Твіттер, який згодом поширив свій вплив на інші частини інтернету, включно з Reddit. Згодом такі культурні спільноти почали виникати в різних сферах, від спорту до політики та ігор. До 2014 року Twitter утвердився як важлива платформа для поширення мемів та контенту. Саме в цей період платформа відмовилася від використання стороннього сервісу Twitpic і впровадила власну можливість додавати зображення безпосередньо у пости та коментарі.

Цей крок вплинув на те, як користувачі взаємодіяли в інтернеті, і пізніше був наслідуваний Facebook, який дозволив відповідати зображеннями та GIF-файлами, що суттєво змінило спосіб спілкування. Нині майже кожен твіт на певній часовій лінії супроводжується зображенням, GIF-файлом або відео. Twitter також спростив свій дизайн, що полегшило поширення твітів на інших платформах. Якщо раніше більшість візуальних елементів, якими ділилися в мережі, походили з Tumblr, 4chan або Reddit, то з 2014 року значна частина таких зображень була замінена скріншотами твітів [8].

Завдяки з поступовим покращенням контенту, Twitter еволюціонував з простої соціальної мережі в потужний інструмент для миттєвого поширення інформації. Платформа стала місцем, де новини, меми та пости про буденність розповсюджуються з надзвичайною швидкістю. Це зробило Twitter ідеальним середовищем для формування онлайн-трендів і політичного активізму, де будь-яке повідомлення може миттєво отримати



глобальну підтримку, впливати на громадську думку та оперативно інформувати про важливі події.

У 2023 році українці активно створювали меми, реагуючи на події, що викликали суспільний інтерес. Теми, які обговорювалися в жарті, включали справу колишнього народного депутата Іллі Киви, в тілі якого в Підмосков'ї виявили дві кулі, а також обіцянки керівника Інформаційно-аналітичної служби Міністерства оборони України Кирила Буданова щодо надзвичайної ситуації в Москві. Не обійшлося і без жартів про знаменитостей, українських політиків, і навіть акули, яка випадково проковтнула росіянина [1].

Кожен мем став важливою частиною історії великої війни завдяки своєму унікальному контексту подій та явищ. Згідно з даними сучасного українського словника «Мислово», термін «мем» було визнано найпопулярнішим словом 2022 року. Мем поширювався різними способами, включаючи пости в соціальних мережах, пісенні приспиви, білборди та світлові шоу. Перша марка з так званої військової серії, випущена у квітні 2022 року, носила назву «Русській воєнний корабель іді...». Подкаст «Детектор медіа», що спростовує російську дезінформацію, мав заголовок «Русській фейк, ідіть на...», що не є безглуздом, як його охарактеризували.

Історія цього мему має певну загадковість: відомо, що 24 лютого українські військовослужбовці, розміщені на острові Зміїний, відправили корабель до місця призначення. Наступного дня в мережі з'явився запис відповіді українців на пропозицію екіпажу ракетного крейсера «Москва» здатися в полон. Спочатку повідомлялося, що внаслідок російської атаки загинули «всі тринадцятеро» українських військовослужбовців. Проте через кілька днів стало відомо, що в полон потрапило значно більше військових [5].

Андрій Капріца з Вінницької області працює в сфері сільськогосподарських послуг і регулярно демонструє свою роботу на TikTok. Одного разу він опублікував відео з такими словами: «...Наконець - то я доджався. Це капец, стільки сидів, ждав, ждав, але всьо таки є». Історія цієї фрази є досить простою: чоловік отримав новий трактор для своєї роботи і вирішив поділитися цією радістю з підписниками. На цей звуковий супровід вже створено майже 13000 відео, і їхня кількість продовжує зростати [6].

Ще одне відео, яке набрало популярності має назву: «Як працюють цигани на вокзалі», його головним героєм є блогер Андрій Боярський, відео якого переглянули мільйони разів у TikTok. У соціальній мережі він гумористично ділиться спостереженнями про життя «праведного бандита», активно розповідаючи про різні автомобілі, місця відпочинку та їжу. Фраза «Так добрий вечір буде, о, Чіназес, сюди» є основою для тисячі відеороликів, які зняло багато людей [6].

Під Херсоном знаходиться село називається Чернобаївка, там знаходиться аеропорт. Російські війська захопили херсонський аеродром і використовували його для наступу на Миколаїв. На початку березня 2022 року, українські війська завдали удару по аеродрому, знищивши значну кількість російських гелікоптерів та техніки. Після цього росіяни знову зібралися на аеродромі та поповнили свої запаси техніки. Цей процес повторювався декілька разів, і коли українці дізналися про готовність російських військ до повторних атак на Чернобаївку, вони почали зображати це місце в піснях, анекдотах та мультфільмах як пекло для окупантів. Після того як цей мем став широко відомим, повідомлення про нові успішні атаки по росіянах у Чернобаївці перестали сприйматися серйозно [5].

З Херсонщиною пов'язаний ще один мем-кавун. На півночі області розташований пам'ятник кавуну, який вже давно став символом

Херсонщини. Влітку 2022 року багато українців висловлювали бажання відмовитися від купівлі імпортованих кавунів у магазинах і з нетерпінням чекали на херсонські плоди. Військово-політичне керівництво натякало на кавуни, плануючи звільнення регіону [5].

Однією з подій, що призвела до виникнення мему, став візит Анджеліни Джолі до Львова 30 квітня, під час якого вона зустрілася з дітьми, постраждалими від ракетних обстрілів у Краматорську. Однак не тільки сама світова зірка привернула увагу, але й випадковий хлопець, який сидів і листувався в телефоні, зовсім її не помітивши, ставши неочікуваним героєм мему [2].

Цей епізод чітко виявив контраст між зірковим гламуром і буденним життям звичайних людей, викликавши хвилю жартів у соціальних мережах. Меми, що виникли внаслідок цього моменту, демонструють, як спонтанні ситуації можуть стати основою для колективного коментарю. Вони також вносять свій внесок у більш широкий дискурс про вплив знаменитостей на наше повсякденне життя та їхню взаємодію з аудиторією.

З початком повномасштабного вторгнення українському суспільству бракувало позитивного героя, зрозумілого як для дорослих, так і для дітей. Таким героєм став джек-рассел-тер'єр на ім'я Патрон, власником якого є Михайло Ільєв, начальник піротехнічного відділу ДСНС у Чернігівській області. Патрон спеціалізується на виявленні протипіхотних мін, демонструючи виняткові навички в цій небезпечній справі. Вперше інформація про собаку з'явилася в Telegram-каналі ДСНС України 15 березня, а вже 20 березня була створена його сторінка в Instagram. Нині Патрон став справжнім символом, відомим по всій країні: його образ використовують на футболках, чашках, муралах, а також на українських поштових марках. Крім того, на честь Патрона навіть написали пісню, що ще більше закріпило його популярність серед населення [4].

### 2.3. Етичні та правові аспекти інтернет-мемів

Авторське право надає власнику ексклюзивні юридичні повноваження контролювати використання свого твору іншими протягом визначеного періоду. Власник має виняткові права на копіювання, відтворення, адаптацію, публікацію, публічне виконання. Однак існують певні винятки щодо порушення авторських прав. Наприклад, «чесне використання» дозволяє застосовувати захищений матеріал для наукових досліджень, навчання, висвітлення новин, критики, огляду, пародії, сатири тощо [14].

Поширення ненависницьких мемів, часто організованих підпільними рухами, розглядається як успіх субкультури, яка пишається тролінгом, навіть якщо це не сприймається позитивно звичайними користувачами інтернету та ЗМІ. Такі меми мають особливу здатність виходити з тіньових куточків інтернету та проникати в мейнстрім, здобуваючи нових прихильників. Це явище не обмежується виключно політичними контекстами [22].

Одним із персонажів мемів є Slender Man (Слендермен) – міфічна істота, зазвичай зображувана як висока, худорлява фігура з безликим обличчям, одягнена в чорний костюм. За легендою, він здатен довільно подовжувати та скорочувати свої руки, а також випускати щупальця зі спини. Залежно від версії міфу, ця істота може викликати амнезію, безсоння, параною, напади кашлю (відомі як «хвороба подовження»), спотворювати фото- та відео- зображення, а також телепортуватися. Міська легенда надихнула на створення фан-арту, моторошних кріпіпаст і інді-хорор серіалу 1999 року «Проект “Відьма Блер”» [31].

Але також це спричинило і жахливі наслідки. 31 травня 2014 року в місті Вокеша, штат Вісконсин, дві 12-річні дівчинки жорстоко напали на свою однолітку, завдавши їй 19 ножових поранень. Під час подальшого

допиту дівчата зізналися, що надихнулися історіями про Слендермена, які знайшли в Інтернеті, і намагалися вбити свою жертву, щоб стати його послідовницями. Вони також заявили, що боялися за свої сім'ї, вважаючи, що Слендермен вб'є їх, якщо вони не виконають його наказ. Попри тяжкі поранення, жертва змогла виповзти з лісу на дорогу, де її помітив велосипедист, який викликав поліцію. Дівчина вижила. Обом нападникам пізніше діагностували психічні розлади. Одна з них заявила, що Слендермен спостерігав за нею, міг читати її думки і телепортуватися [23].

Як зазначає Рауль Перес, «...в суспільствах, де відверто расистський дискурс публічно відкидається, расистський гумор надає співрозмовникам можливість розвивати соціальні відносини, взаємодіючи із забороненим плодом расистського дискурсу» [29]. Меми відіграють ключову роль у створенні іронічних та легковажних форм висловлювання, які розмивають межі між серйозним і несмішним. Це явище сприяє проникненню реакційного мислення в закриті спільноти, де об'єднуються однодумці.

Платформи соціальних мереж відіграють суттєву роль у формуванні онлайн-активізму, оскільки Твіттер, завдяки своєму стиснутому формату, є особливо ефективним для розповсюдження мемів і хештегів. Facebook, Instagram і TikTok також слугують важливими майданчиками для активістів, які прагнуть ділитися своїми повідомленнями та взаємодіяти зі своєю аудиторією. Проте ці платформи не є нейтральними просторами – їх критикують за політику модерації контенту, алгоритми, які сприяють фрагментації інформації, а також за питання конфіденційності даних. Взаємозв'язок між соціальними мережами та онлайн-активізмом є складним, оскільки активісти змушені балансувати між використанням цих платформ та критикою їхніх недоліків.

Крім того, онлайн-активізм став середовищем для міжсекторального активізму, де питання раси, гендеру, сексуальності та інших ідентичностей перетинаються й взаємодіють. Це створює умови для більш глибоких

дискусій та рухів, які стають взаємопов'язаними з соціальною істиною [17].

Мем часто виступає як інструмент сучасної культурної критики та сатири, надаючи влучні коментарі щодо соціальних норм, політичних подій та поп-культури в цікавій та доступній формі. Досліджуючи складні теми через більш зрозумілий і доступний контент, меми сприяють залученню широкої аудиторії до роздумів та обговорення цих питань. Наприклад, під час виборів або значних новинних подій меми можуть висвітлювати абсурдність ситуації, відображати суспільні настрої чи пропонувати альтернативні точки зору, які залишаються поза увагою основних засобів масової інформації [34].

Меми вміють передавати важливі соціальні ідеї в простій і короткій формі, через що вони стали ефективним засобом як для розваг, так і для поширення інформації. Те, як швидко меми розлітаються в соціальних мережах, вони почали впливати на думку людей, формувати політичні дискусії, культурні тренди та навіть громадські рухи. Таким чином, меми не тільки допомагають людям самовиразитися, але й стають способом надихати на дії та об'єднувати суспільство в умовах цифрового світу.

### **Висновки до другого розділу**

Під час дослідження мемів було проаналізовано 6 субкультур, що відображають залученість індивідів до певних культурних груп. Усі ці субкультури представляють собою культурний феномен, який ілюструє автентичність особистостей. Залучені до цих субкультур, індивіди мають можливість розкривати свої особистісні якості. Субкультури сприяють знаходженню однодумців, які підтримують одне одного та сприяють самовираженню.

Сучасні методи комунікації в значній мірі перемістилися до соціальних мереж, які забезпечують можливість зв'язку з іншими без

особистих зустрічей. Завдяки соціальним платформам можна знайомитися з новими людьми, залишаючись вдома. Facebook, Twitter та Instagram активно сприяють швидкому поширенню інтернет-мемів.

Соціальні мережі відіграють ключову роль у формуванні онлайн-активізму; зокрема, Twitter, завдяки своєму стиснутому формату, є особливо ефективним для розповсюдження мемів і хештегів. Facebook, Instagram і TikTok також виступають важливими майданчиками для активістів, які прагнуть ділитися своїми повідомленнями та взаємодіяти зі своєю аудиторією.

## ВИСНОВКИ

За результатами проведеного дослідження в контексті впливу і ми дійшли таких висновків. Інтернет-меми розвиваються вже тривалий час, зазнаючи змін та еволюції. Деякі з них трансформуються, в той час як інші виникають у нових формах, що іноді ускладнює їхнє сприйняття для більшості людей. Процес створення мемів може базуватися на будь-яких елементах культури, однак існує ймовірність, що певний мем стане непопулярним. Інтернет-меми значно впливають на молодіжну культуру, поширюючись через соціальні мережі. Вони формують спільноти, у яких користувачі обмінюються ідеями та переживаннями, що сприяє розвитку колективної ідентичності.

Дослідження даної тематики надало нам можливість глибше зрозуміти сутність мемів у культурному просторі. Інтернет виступає як загальнодоступний простір, в якому люди обмінюються своїми думками через соціальні мережі. Завдяки виникненню онлайн-спільнот, користувачі відчують менше страху перед самовираженням, що дозволяє їм реалізовувати свої індивідуальні ідентичності та знаходити однодумців. Окрім цього, меми відіграють важливу роль у зменшенні стресу, функціонуючи як засіб, щоб впоратися з негативними емоціями, які можуть виникати у зв'язку з трагічними подіями.

Доречно підкреслити, що меми також мають і негативні аспекти. Існує ймовірність, що вони можуть бути використані для образи чи приниження інших. Чорний гумор, який часто асоціюється з мемами, не завжди сприймається як веселий; він може слугувати інструментом критики, що ставить під сумнів реальні цінності та якості окремих індивідів. Це, в свою чергу, може призводити до почуття самотності та ізоляції особи від соціуму.



Отже, можна стверджувати, що меми є значним джерелом для розуміння людської сутності. Дослідження мемів охоплює різні аспекти, зокрема вивчаються причини їх тривалої актуальності та впливу на людей. У цій роботі ми намагалися проаналізувати, як саме меми впливають на молодіжне суспільство.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бурдейна О. Сміялись з Киви, Буданова і київського метро: кращі меми 2023 року (фото). *ФОКУС*. URL: <https://focus.ua/uk/ukraine/616299-smiyalis-z-kivi-budanova-i-kijivskogo-metro-krashchi-memi-2023-roku-foto> (дата звернення: 23.10.2024).
2. Драпп І. “Хаймарси”, Медведчук і котики. Типологія українських мемів про війну. *Texty.org.ua - статті та журналістика даних для людей – Тексти.org.ua*. URL: <https://texty.org.ua/articles/107856/khajmarsy-medvedchuk-i-kotyky-typolohija-memiv-pro-vijnu/> (дата звернення: 24.10.2024).
3. Крумін О. Фотожаба давить. Огляд мемів українського фейсбука. *detector.media*. URL: <https://detector.media/infospace/article/185325/2021-02-27-fotozhaba-davyt-oglyad-memiv-ukrainskogo-feysbuka/> (дата звернення: 23.10.2024).
4. "Мені нравиться, як воно горить": ТОП-10 українських мемів. *MyPoltava.info*. URL: <https://mypoltava.info/meni-nravytsya-yak-vono-goryt-top-10-ukrayinskyh-memiv> (дата звернення: 25.10.2024).
5. Спалек М. Скажи «паляниця». 15 мемів, що з'явилися у час великої війни. *ms.detector.media*. URL: <https://ms.detector.media/trendi/post/31240/2023-02-23-skazhy-palyanytsya-15-memiv-shcho-zyavulytsya-u-chas-velykoi-viyny/> (дата звернення: 23.10.2024).
6. Що за "чіназес" та "нашо викидати щоденник": хто вони – генератори легендарних фраз українського тіктоку. *24 Канал*. URL: [https://fun.24tv.ua/memi-ukrayinskogo-tiktoku-hto-pridumav-frazi-yaki-zaletili-trendi\\_n2370043](https://fun.24tv.ua/memi-ukrayinskogo-tiktoku-hto-pridumav-frazi-yaki-zaletili-trendi_n2370043) (дата звернення: 24.10.2024).

7. Що таке меми? Докладний розбір. *Порадімо*. URL: <https://poradumo.com.ua/310468-s-665/> (дата звернення: 05.08.2024).
8. Allebach N. A Brief History of Internet Culture and How Everything Became Absurd. *Medium*. URL: <https://medium.com/swlh/a-brief-history-of-internet-culture-and-how-everything-became-absurd-6af862e71c94> (date of access: 02.09.2024).
9. Baspehlivan U. Theorising the memescape: The spatial politics of Internet memes. *Review of International Studies*. 2023. P. 1–23. URL: <https://doi.org/10.1017/s0260210523000049> (date of access: 15.10.2024).
10. Bateman K. What is the TikTok subculture Dark Academia?. *The New York Times*. URL: <https://www.nytimes.com/2020/06/30/style/dark-academia-tiktok.html> (date of access: 25.10.2024).
11. Börzsei L. *Makes a Meme Instead. The Selected Works of Linda Börzsei*, 2013.
12. Clark D. The death and life of punk, the last subculture. *The post – subcultures reader*, 2003. URL: <https://static1.squarespace.com/static/50e79ec7e4b07dba60068e4d/t/513cce2ae4b0abff73bcbb63/1362939434792/Clark-DeathLife.pdf>.
13. Courtois C., Frissen T. Computer Vision and Internet Meme Genealogy: An Evaluation of Image Feature Matching as a Technique for Pattern Detection. *Communication Methods and Measures*. 2022. P. 1–23. URL: <https://doi.org/10.1080/19312458.2022.2122423> (date of access: 02.09.2024).
14. Do memes infringe on copyright?. *UNSW Sites*. URL: <https://www.unsw.edu.au/newsroom/news/2020/05/do-memes-infringe-on-copyright-> (date of access: 24.10.2024).
15. Exploring Online Subcultures: From Fandoms to Niche Communities. *QR code generator - free | generate QR code error - ME-QR*.

URL: <https://blog.me-qr.com/page/exploring-online-subcultures-from-fandoms-to-niche-communities> (date of access: 23.10.2024).

16. Exploring the Evolution of Gaming as a Subculture: A Historical Analysis – Dive into the World of MSC (Music and Sound Creation) Games at TellMyPlay.com. *Dive into the World of MSC (Music and Sound Creation) Games at TellMyPlay.com – Unleash Your Musical Talents and Create Melodies that Resonate.* URL: <https://www.tellmyplay.com/exploring-the-evolution-of-gaming-as-a-subculture-a-historical-analysis/> (date of access: 23.10.2024).

17. From Memes to Movements: How Internet Culture Shaped Social Activism in 2023 - Modaculture. *Modaculture.* URL: <https://www.themodaculture.com/2023/12/11/from-memes-to-movements-how-internet-culture-shaped-social-activism-in-2023/> (date of access: 22.10.2024).

18. Gavin B. What Is a Meme (and How Did They Originate)?. URL: <https://www.howtogeek.com/356232/what-is-a-meme/> (date of access: 05.08.2024).

19. Ghindeanu I. Fringes of Society: Reaching Subcultures with Online Communities. *Blog | FlexMR.* URL: <https://blog.flexmr.net/society-subcultures-online-communities> (date of access: 23.10.2024).

20. Haenfler R. Subcultures: The Basics. Routledge, 2013. URL: <https://doi.org/10.4324/9781315888514> (date of access: 23.10.2024).

21. How Does Social Media Influence Culture?. *SocialStar.* URL: <https://officialsocialstar.com/blogs/blog/how-does-social-media-influence-culture> (date of access: 24.10.2024).

22. How viral social media memes trigger real-world violence. *Big Think.* URL: <https://bigthink.com/the-present/memes-trigger-violence/> (date of access: 24.10.2024).

23. If These Girls Knew That Slender Man Was a Fantasy, Why Did They Want to Kill Their Friend for Him?. *Intelligencer*. URL: <https://nymag.com/intelligencer/2015/08/slender-man-stabbing.html> (date of access: 24.10.2024).

24. Kopf R. L. The History of Cosplay: From Fan Culture to Mainstream Popularity. *Medium*. URL: <https://medium.com/cosplayers/the-history-of-cosplay-from-fan-culture-to-mainstream-popularity-95188770168a> (date of access: 24.10.2024).

25. K-Pop Fandom: A Look at the Culture and Phenomenon. *K-POP LIFE*. URL: <https://kpoplife.com/kpop-fandom-culture/> (date of access: 24.10.2024).

26. Memes as/and Cultural Transmission: Coping with The Dismality of Modern Life | Undergraduate Journal of Politics, Policy and Society. *Undergraduate Journal of Politics, Policy and Society*. URL: <https://ujpps.com/index.php/ujpps/announcement/view/52> (date of access: 24.10.2024).

27. Much wow, very meme: what the revival of the ancient doge meme tells us about the lifecycle of the internet. *The Conversation*. URL: <https://theconversation.com/much-wow-very-meme-what-the-revival-of-the-ancient-doge-meme-tells-us-about-the-lifecycle-of-the-internet-203560> (date of access: 03.09.2024).

28. Nine of the Best Instagram Meme Accounts to Check Out in 2024. *Influencer Marketing Hub*. URL: <https://influencermarketinghub.com/instagram-meme-accounts/#toc-11> (date of access: 23.10.2024).

29. Pérez R. Racism without Hatred? Racist Humor and the Myth of “Colorblindness”. *Sociological Perspectives*. 2017. Vol. 60, no. 5. P. 956–974. DOI: <https://doi.org/10.1177/0731121417719699> (date of access: 24.10.2024).

30. Rogers K. meme.  
URL: <https://www.britannica.com/topic/meme> (date of access: 06.08.2024).
31. Slender Man. *Know Your Meme*.  
URL: <https://knowyourmeme.com/memes/slender-man> (date of access: 24.10.2024).
32. The Global Impact of Japanese Animation: How Anime Shaped Pop Culture. *alc-atlantis.com*. URL: <https://alc-atlantis.com/the-global-impact-of-japanese-animation-how-anime-shaped-pop-culture/> (date of access: 24.10.2024).
33. The history of internet memes | Internet Memes. *What are the best places to find good internet memes*. URL: <https://www.frabz.com/the-history-of-internet-memes/> (date of access: 05.08.2024).
34. The influence of memes on modern communication. *Winnifiers*. URL: <https://winnifiers.com/blogs/news/memes-modern-communication> (date of access: 23.10.2024).
35. The surprising academic origins of memes. *The Conversation*. URL: <https://theconversation.com/the-surprising-academic-origins-of-memes-90607> (date of access: 05.08.2024).
36. Understanding the viral rise of e-boys and e-girls – Thred Website. *Thred Website – Shaped by youth culture | Powered by social change*. URL: <https://thred.com/culture/what-are-e-boys-and-e-girls-anyway/> (date of access: 23.10.2024).
37. Watercutter A., Ellis E. G. Everything You Ever Wanted To Know About Memes. *WIRED*. URL: <https://www.wired.com/story/guide-memes/> (date of access: 05.08.2024).
38. What Is a Meme? The History and Evolution Of Memes Explained. *Know Your Meme*.

URL: <https://trending.knowyourmeme.com/editorials/insights/what-is-a-meme-the-history-and-evolution-of-memes-explained> (date of access: 24.10.2024).

39. What Is an Internet Fandom?.

URL: <https://www.howtogeek.com/795217/what-is-an-internet-fandom/> (date of access: 23.10.2024).

40. What Is Cosplay, and Why Do People Do It?. *A Little Bit Human | Lights, Camera, Progress*. URL: <https://alittlebithuman.com/what-is-cosplay-and-why-do-people-do-it/> (date of access: 24.10.2024).

41. Why kids are so obsessed with TikTok, according to a social media expert. *fastcompany*. URL: <https://www.fastcompany.com/90545665/why-kids-are-so-obsessed-with-tiktok-according-to-a-social-media-expert> (date of access: 25.10.2024).