

Ірина Мудра

Національний університет “Львівська політехніка”,

вул. Князя Романа, 3/108, Львів

iryna.m.mudra@lpnu.ua

ORCID: 0000-0001-8757-8873

МЕМИ ЯК ВАЖЛИВА СКЛАДОВА КОНТЕНТУ ЗМІ ПІД ЧАС ВІЙНИ: МЕТА, ФУНКЦІЇ ТА ТЕМИ

© Мудра І., 2023

Мемі нині стали невіддільною частиною контенту ЗМІ. Редакції створюють власні гумористичні картинки та публікують найпопулярніші. Також мемі стали “героями” публікацій та важливою окрасою журналістських матеріалів.

Мемі – це переважно інформативні картинки, які нерідко гумористичного спрямування, передають новину та факти смішно, оригінально та цікаво. Такі зображення часто стають віральними та привертають увагу.

Під час війни спостерігаємо появу великої кількості жартівливих картинок у журналістських матеріалах, на сторінках ЗМІ, у соціальних мережах та месенджерах. Збільшення мемів у публікаціях та на сторінках мас-медіа пов’язано з тим, що аудиторії подобається гумористичний та оригінальний контент у формі зображень. А також він привертає увагу до публікацій, вдало передає новину та тему журналістського матеріалу. Окрім розважальної та інформативної функцій у мас-медіа мемі також допомагають справитися з емоціями, тривогою та переживаннями. Вони проникають у свідомість людей непомітно та знімають певні бар’єри.

Під час війни мемі виконують такі функції: інформаційна, психологічна та практична. Інформаційна – повідомляють про новину, психологічна – допомагають справитися з переживаннями, а практична функція полягає у тому, що за допомогою гумористичних картинок аудиторію закликають до певних дій (наприклад, допомоги ЗСУ). А також мемі є ефективним інструментом інформаційної війни та боротьби з російською пропагандою.

В основі мемів є гумор, який пом’якшує переживання проблем чи й зовсім позбавляє тривоги. Мемі, які публікують мас-медіа під час російсько-української війни у 2022 році, мають конкретні завдання – це висміяти ворога, і таким чином зробити його смішним, недолугим, не таким страшним, достатньо слабким. А воїнів, які захищають свою землю, мемі возвеличують, зображують сильнішими. І таке приниження ворога знешкоджує страх.

Ключові слова: мемі, гумористичні картинки, війна, мас-медіа, російсько-українська війна.

Актуальність теми. Під час російсько-української війни мас-медіа відіграють важливу роль. Вони не лише оперативно інформують, спростовують фейки та пропаганду ворога, а й заспокоюють та вселяють надію своєму читачу. Журналісти за допомогою своїх публікацій допомагають українцям пережити ці складні часи. Мемі – це той, інструмент, який не лише прикрашає та доповнює

публікації, а й є надзвичайно інформативним та гумористичним, що дає можливість не лише зацікавити, спонукати до прочитання, а й допомагає справитися з переживаннями та стресом. Тому у 2022 році у мас-медіа з'являється велика кількість мемів у журналістських матеріалів, які швидко стають віральними.

Мета дослідження – визначити мету, функції та теми мемів, які публікують мас-медіа під час російсько-української війни. Поставлена мета передбачає такі завдання: з'ясувати, що таке меми та яка їх мета у публікаціях ЗМІ; вияснити функції мемів у мас-медіа; дослідити, на які теми вони були опубліковані та поширені під час війни у 2022 році.

Історіографія дослідження. Меми є об'єктом дослідження багатьох українських та закордонних дослідників. Дослідження про меми можемо згрупувати на кілька напрямів. Перший – як напрям соціальних комунікацій (Я. Чаплак, Г. Чуйко, Т. Рейме, М. Ягодкіна, Ю. Щурина та інші). Другий – як інструмент інформаційної війни у боротьбі з пропагандою, фейками та маніпуляціями (Р. Марутян, Г. Почепцов, Л. Смола та інші). Третій – про роль та місце мемів у журналістиці та медіа (А. Беловодська, А. Рязанов, С. Проташук та інші).

Спостерігаємо з 2010 року розвиток мемів у мас-медіа, вони все частіше застосовуються для вираження новин [17, с. 10]; після повномасштабного вторгнення росії на Україну мемів у журналістських публікаціях почало з'являтися значно більше.

Виклад основного матеріалу. Меми – це переважно картинки, які інформативні, часто гумористичного характеру, передають новину та факти смішно, оригінально та цікаво. Вони стали невід'ємною частиною медіапростору. Редакції ЗМІ для своїх публікацій створюють власні гумористичні зображення, або запозичують популярні з інтернет-простору.

Вперше термін “мем” був вжитий та введений в науковий обіг біологом, професором Річардом Докінзоном (R. Dawkins) у його праці “Егоїстичний ген” (1976 р). Мем був спробою науковця зрозуміти, чому деякі види поведінки, які, з погляду еволюції, не мають сенсу, тим не менше поширилися в суспільстві [3]. Він визначив мем як “одиницю передавання культурної інформації” [12], яка володіє здатністю до самостійної реплікації – поширення в соціумі від людини (носія) до людини (реципієнта). Дослідник також переконував, що меми мають різну тривалість існування. Одні довше живуть, а інші – менше, все залежить від їхньої психологічної привабливості. Є такі, які тривають сотні або й тисячі років, а є такі, що мають феноменальний короткочасний ефект та не затримуються надовго у мемофонді [15, с. 30].

У словнику Merriam Webster [7] знаходимо таке тлумачення поняття мема як певної ідеї, поведінки чи стилю, що поширюється між людьми в межах культури; як “кумедний чи цікавий” предмет, що широко розповсюджується мережею. А Т. Reime [8] визначає мем як картинку або графічну фігуру, що служить шаблоном або фоном для письмового вмісту, який додається до нього. Автори посібника “Гібридна війна і журналістика. Проблеми інформаційної безпеки” подають наступне визначення: Мем – “одиниця” культурної інформації; комплексна ідея, закарбована в легких для запам'ятовування і відтворення словесних формулах, зображеннях, відео, мелодіях, жестах, діях, ритуалах, іміджах відомих людей; утворюється шляхом стереотипізації та спрощення уявлень про складні поняття і явища; свідомо чи несвідомо передається від людини до людини і впливає на її світогляд та поведінку; на відміну від концептів, стосується окремих культурних явищ; набуває великої популярності у вживанні протягом певного періоду [11].

Отож, дослідники по-різному дають визначення поняття “мем”. Одні, його розглядають широко (як Р. Докінзон), але у нашому дослідженні мем розглядаємо у вузькому значенні як картинку (яку використовують мас-медіа для журналістських публікацій), яка інформативно, інколи гумористично, передає подію, як “кумедний і цікавий” [7] контент, який викликає у людини певні емоції (переважно позитивні), оскільки є розважальним за суттю, і асоціюється з реальною ситуацією, дещо по-новому відкриваючи її суть для реципієнта [21].

Інтернет-ЗМІ постійно використовують мемі для журналістських публікацій, адже такі картинки зацікавлюють аудиторію, адже мають оригінальну форму та зміст. Зміст мема оцінюється в категорії його важливості/цінності та зрозумілості для людини, що передбачає його здатність точно відтворити ситуацію та до декодування/інтерпретації, а форма – саме з погляду оригінальності. У результаті мем копіюється у свідомості людини, стаючи її частиною [21]. Дослідниця А. Беловодська [10] наголошує, що суттєвими характеристиками мема є його лаконічність і смисловмістність, (що відповідає кліповому мисленню), а також мобільність (легко передається) і валентність (здатність пов'язуватися з іншими мемами). Також дослідниця М. Ягодкіна [23, с. 149] зазначає, що сучасна людина в Інтернет-мережі тратить більше часу на “споживання інформаційних продуктів розважального характеру”, поширених переважно у формі мемів. І цьому є пояснення: мемі створюють умови для самостійного творення змісту, для нового прочитання, що є характерним для культури постмодерну. Мемі проникають у свідомість людей непомітно та знімають певні бар'єри. Це одна з причин, чому мемі нічого не говорять прямо і нічого не розкривають одразу. Навпаки, це певна недовомовленість, що має включити індивідуальний досвід та заповнити змістові прогалини. Дослідниця Т. Пода виділяє кілька рівнів існування мемів: мемплекси, мемі локального рівня і медіамемі [19, с. 118]. Саме медіамемі є об'єктом нашого дослідження.

Дослідники О. Черніков [22] та Т. Пода [19] виділили такі особливості мема: він не обмежений у часі, містить набагато більше інформації і сенсу, ніж здається на перший погляд, з часом його значення трансформується, форма фіксована, проте може дещо трансформуватися.

До основних функцій мему належать інформаційна, розважальна, естетична, емотивна, функція культурної пам'яті, пропагандистська, актуалізувальна [15]. Окрім цих функцій, варто додати, що мемі також є ефективним інструментом для збору коштів на підтримку ЗСУ та важливий елемент інформаційної війни [16].

Результати дослідження. Дослідивши мемі, які публікують мас-медіа у журналістських публікаціях під час війни у 2022 році, ми звернули увагу, що кількість таких гумористичних картинок значно зросла, порівняно з минулими роками. Мас-медіа все частіше стали створювати власні мемі, але також не хestують і тими, які є популярними на просторах інтернету. Також редакції ЗМІ розміщували такі гумористичні картинки і на своїх сторінках у соціальних мережах та каналах у месенджерах.

Є такі типи Інтернет-мемів: текстові (містять лише вербальну складову); мемі-зображення (картинки); медіамемі (комічні сюжети, що початково розміщуються на особистих сторінках користувача, а потім він може ними поділитися з іншими людьми) та креолізовані мемі (картинка, графічне зображення супроводжується текстом – ілюстрацією чи поясненням змісту мема); гіфки (анімізовані картинки, що фіксують певний емоційний відгук); метамемі – мемі, функція яких – відіслати користувача Мережі до іншого мема [14, с. 12]. Мас-медіа переважно публікують креолізовані та мемі-зображення, хоч інколи можна побачити і текстові мемі.

Також мемі поділяють за тематикою: політичні, суспільні, спортивні, медичні, педагогічні, психологічні, мемі про особисте життя тощо [18, с. 92]. Мемі, які публікували мас-медіа під час війни, можна поділити на такі тематичні напрями: про російську армію, про перемоги України та визволені території, про волонтерів, про військову зброю, про звичайних українців та їх героїчний спротив, про героїв-тварин та біолабораторії, про політичні та історичні події, політиків, чиновників і керівників держав, про зрадників, про пропагандистських російських журналістів, про побут українців під час війни, ракетні обстріли та повітряна тривога, про українських героїв, про мости (Кримський міст і Парковий міст) та міста.

Мемі про російську армію стосувалися російських солдат, про те, які вони, їх побут, обмундирування, сухпайки, поведінка тощо. Став віральним мем під назвою “Чмоня”, який висміював незграбний зовнішній вигляд російських військових. Прототипом став солдат Андрій Рязанцев, якого взяли у полон навесні 2022 року.

Багато мемів публікують мас-медіа про перемоги та здобутки України та визволені території, адже вони надихають та підтримують переможний дух у суспільстві. До таких мемів належать гумористичні картинки про звільнення Херсону, Харківщини та “жест доброї волі” окупантів. Меми про перемогу України стосуються не лише звільнення територій, а й успіхів на міжнародній арені. Багато мемів з’являється після успішних перемовин зі союзниками України, засідань Генеральної асамблеї ООН, Європейської ради тощо.

Важливе місце серед мемів займають гумористичні картинки про волонтерів. І перше місце посідає шоумен та волонтер Сергій Притула. Йому вдалося за лічені години збирати великі суми на допомогу ЗСУ. І це породило низку мемів під назвою “Цей день настав” із зображенням волонтера. Також меми були присвячені і голові фонду “Повернись живим” Тарасу Чмуту та іншим волонтерам.

Багато мемів про зброю було створено на початку війни. Вони стосувалися найперше байрактарів та джевелінів, які допомагали українським воїнам і були неодноразово “героями” журналістських публікацій, також були створені меми і про зброю західних партнерів та союзників, яку передавали Україні. Часто у мемах висміювали російські танки, які “безпорадні” перед українськими військовими чи зброєю НАТО.

Цікаві та оригінальні меми про звичайних українців та їх героїчний спротив. Вони зображують звичайних людей, які не бояться протистояти беззбройно російським солдатам, як крадуть танки, зброю в окупантів, підсипають отруту в їжу, звільняють автодороги від ворожих мін та здають позиції окупантів. Віральними меми стали про звичайну киянку Ольгу, яка збила ворожий дрон за допомогою звичайної банки помідорів.

Пес Патрон є героєм багатьох мемів, він шукає ворожі міни. Але він не єдиний герой мемів серед тварин, також прославляють героїчність ворони, яка збила ворожий дрон, комарів та бджіл, які покусали окупантів. Також у мемах зображують котів, собак та інших тварин, які воюють разом з військовими у зоні бойових дій та допомагають їм. Героєм журналістських публікацій також став викрадений з херсонського зоопарку енот, який неодноразово покусав російських солдат. Також багато мемів є про біолабораторії, де, на переконання російської пропаганди, “вирощують” дельфінів, лисиць та інших представників тваринного світу для військових дій.

Політичні події також передаються за допомогою мемів. А також політики, чиновники і керівники держав стають героями мемів. Президентів країн, таких як В. Зеленський, В. Путін, О. Лукашенко та Д. Байден найчастіше зображають у мемах. Також можна знайти багато гумористичних картинок з С. Лавровом, С. Киселицею, В. Кімом та О. Арестовичем. Багато мемів було присвячено карті О. Лукашенка, який хотів показати звідки готувався напад на Білорусь. Також в українських ЗМІ висміюють В. Путіна та його зустрічі з різними російськими чиновниками, закордонні поїдки та піклування про свою зовнішність та здоров’я. Меми присвячені Д. Байдену стосуються допомоги, яку США надають Україні та яку шкоду вона завдасть українським ворогам.

Меми про українських зрадників також присутні у медіапросторі. Найпоширенішими були гумористичні картинки, які стосувалися затримання та обміну В. Медведчука. Також українці люблять зображати російських пропагандистів, які розповідають небилиці своїм глядачам. Найпопулярнішими героями мемів є О. Скабеева, Д. Кисельов та В. Соловьев.

Масові ракетні атаки ворога породили низку мемів про побут українців та відношення до повітряної тривоги. У них зображена відповідь українців ворогу на те, як вони його бояться і що навіть без світла та води можуть добре жити, головне, щоб без росіян.

Також у мемах зображають людей, яких називають героями. Багато мемів є присвячені героїзму воїнів, які за допомогою Stinger збивають російські літаки, жертвують своїм життям, аби зупинити просування ворога, не бояться протистояти російському військовому кораблеві. Супергероєм у мемах часто показують генерала В. Залужного.

Меми, які публікують українські мас-медіа чітко відображають ситуацію, з якою пов’язані змістовно, співвідносяться з нею, спонукають читача пригадати (і пам’ятати) обставини події. Саме

це робить їх впізнаваними і зрозумілими, від чого залежать інші їх особливості (адже, якщо нам не зрозуміло, про що, яких подій, людей чи ситуацій торкається певний мем, ми перестаємо сприймати його як мем). Тобто мемі безумовно відображають реальність, принаймні, її частину, у дещо зміненому (для трансформації її розуміння) вигляді, використовуючи прийоми шаржування, акцентування, символізації (подекуди – навіть філософської) чи гротеску [21].

Мемі, які публікують мас-медіа під час війни у 2022 році мають на меті висміювання ворога та возвеличення українців, які стоять на захисті своєї землі. В основі мемів є гумор, який пом'якшує переживання проблем чи й зовсім позбавляє тривоги. Досвід гумору вважається життєво важливим для підтримки фізичного та психологічного благополуччя [5]. Постійне використання гумору пов'язане з добробутом [6], служить для регулювання емоцій [4] і вважається ефективним механізмом подолання негативних і стресових подій [9], пригнічує негативні та посилює позитивні емоції [2], служить корисним механізмом подолання симптомів тривоги та сприяє жартівливому погляду на негативний досвід і ситуацію [1]. Гумор виконує функцію такого собі запобіжника, що дозволяє послабити внутрішнє напруження, отримати певний контроль над ситуацією, применшити дію інших, більш важких емоцій [13].

Є низка досліджень, які стосуються впливу мемів на людей. Дослідники відзначають позитивний вплив гумористичних картинок. Наприклад, вивчаючи реакції людей на мемі про COVID-19, вчені виявили: кумедні картинки можуть стати механізмом подолання труднощів. Крім того, люди з тривожністю вважали їх навіть смішнішими, ніж інші респонденти [20]. Адже гумор легко розповсюджується, він заразний, легко сприймається і трансформується. Завдання мема під час війни – це висміяти ворога, таким чином зробити його смішним, недолугим, не таким страшним, достатньо слабким. А воїнів, які захищають свою землю мемі возвеличують, зображують сильнішими. І таке приниження ворога знешкоджує страх. Війна ведеться не тільки на полі бою, але й в розумах людей. Все, чого хоче ворог – знищити бажання боротися. Це можна зробити в той момент, коли людину захоплює відчай, коли сила негативних переживань настільки сильна, що психіка дає сигнал: все, боротися вже немає сенсу [13]. А мемі дають можливість сміятися над ворогом, бачити наші переваги, насміхатися над недоліками і таким чином далі вести боротьбу. Дослідниця О. Вознесенська визначає такі терапевтичні функції мемів під час війни: відреагування важких почуттів, подолання страхів; надання впевненості у власних силах; зниження невизначеності та прогнозування майбутнього; повернення контролю над власним життям через творчість [14, с. 13].

Висновки. Мас-медіа давно полюбили мемі для оформлення своїх публікацій. Вони активно використовують вірусні мемі, а також створюють власні. Під час російсько-української війни у 2022 році мас-медіа все частіше почали використовувати мемі на своїх сторінках у соціальних мережах і телеграм-каналах. Припускаємо, це пов'язано з тим, щоб більш розважити аудиторію, розмістити її та додати позитивні емоції. Мемі мають ознаки віральності, тому це також додаткова можливість просування медіаконтенту та популяризації мас-медіа. Варто зазначити, що мемі дуже швидко поширюються Інтернетом та ЗМІ. Тому існує спеціальний термін “інтернет-мем” – невеликий текст інформації, фраза, зображення, мелодія тощо, який миттєво стає популярним і тиражується в Інтернеті, часто в нових контекстах. Мас-медіа для своїх журналістських публікацій надають перевагу мему-картинці. Для інтернет-мемів основне значення має популярність і поширення. Найпоширенішими є мемі, які так чи інакше залишають користувачів Інтернету не байдужими та викликають бажання ділитися інформацією.

У 2022 році українські мас-медіа найчастіше публікували мемі, які стосувалися: подій на фронті, поразки російської армії, ракетних обстрілів, Чорнобаївки, повітряних тривог, потоплення крейсера “Москва”, пошкодження Кримського моста, російських солдат, біолабораторій, брудної бомби, іранських дронів, які збиваються банкою помідорів, війська комарів, ворон, затримання В. Медведчука тощо. Окрім того, що висміюють у мемах загарбників, а також возвеличують українських героїв – воїнів ЗСУ, волонтерів, генералів та президента України, – мас-медіа за допомо-

гою мемів допомагають українцям переживати важкі часи, справитися з проблемами, побороти страх щодо того, що їх ворог не є надсильним та непереможним. Такі картинки також вселяють надію та піднімають моральний дух.

ЛІТЕРАТУРА

1. Akram U., Irvine K., Allen S., Stevenson J., Ellis J., Drabble J. Internet memes related to the COVID-19 pandemic as a potential coping mechanism for anxiety. *Scientific Reports*. 2021. Vol. 11. URL : <https://www.nature.com/articles/s41598-021-00857-8>.
2. Crawford S., Caltabiano N. Promoting emotional well-being through the use of humour. *J. Posit. Psychol.* 2011. Vol. 6(3). P. 237–252.
3. Jordan M. What's in A Meme? URL : <https://www.richarddawkins.net/2014/02/whats-in-a-meme/>.
4. Kugler L., Kuhbandner C. That's not funny! – But it should be: Effects of humorous emotion regulation on emotional experience and memory. *Front. Psychol.* 2015. Vol. 6. P. 1296.
5. Martin R. Humor, laughter, and physical health: methodological issues and research findings. *Psychol. Bull.* 2021. No. 127(4). P. 504.
6. Martínez-Martí M., Ruch W. Character strengths and well-being across the life span: Data from a representative sample of German-speaking adults living in Switzerland. *Front. Psychol.* 2014. Vol. 5. P. 1253.
7. Meme. Merriam Webster dictionary. URL : <http://www.merriam-webster.com/dictionary/meme>.
8. Reime T. Memes as Visual Tools for Precise Message Conveying A Potential in the Future of Online Communication Development. URL : <https://www.ntnu.no/documents/10401/1264435841/Design+Theory+Article+-+Final+Article+-+Thov+Reime.pdf>.
9. Strick M., Holland R., Van Baaren R., Van Knippenberg A. Finding comfort in a joke: Consolatory effects of humor through cognitive distraction. *Emotion*. 2009. Vol. 9(4). P. 574.
10. Беловодская А. Интернет-мемы как репрезентанты медиаконцепта (к вопросу о методике анализа медиаобраза) // *PRZEGLĄD RUSYCYSTYCZNY*. 2016. № 4 (156). С. 118–131.
11. Гібридна війна і журналістика. Проблеми інформаційної безпеки : навч. посіб. / за заг. ред. В. О. Жадька ; ред.-упор. : О. І. Харитоненко, Ю. С. Полтавець. Київ : Вид-во НІПУ імені М. П. Драгоманова, 2018. 356 с.
12. Докінз Р. Егоїстичний ген. URL : https://chtyvo.org.ua/authors/Richard_Dawkins/Ehoistychnyi_hen/.
13. Гуш Ю. Сміх над ворогом дає силу: чому на нинішні виклики українці реагують новими порціями мемів. URL : <https://maidan.org.ua/2023/01/smikh-nad-vorohom-daie-sylu-chomu-na-nynishni-vykyky-ukraintsireahuiut-novymy-portsiiamy-memiv/>.
14. Вознесенська О. Мемі як засіб арттерапії в подоланні колективної травми війни // *Простір арттерапії*. 2022. Вип. 2 (32). С. 5–29.
15. Кирилюк О. Мовна природа мему // *Наукові записки НаУКМА. Мовознавство*. 2019. Т. 2. С. 30–35.
16. Оприщенко А., Сергацкова К. Мемі про війну – те, що допомагає всій країні триматися й перемогти РФ в інформаційній війні. Заборона поговорила з тими, хто їх робить. URL : <https://zaborona.com/memy-pro-vijnu-te-shho-dopomagaye-vsij-krajini-trymatysya-j-peremagaty-rf-v-informacijnij-vijni/>.
17. Рязанов А. Мем як комунікативна одиниця: синхронія та діахронія поняття // *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія “Соціальні комунікації”*. 2018. Вип. 14. С. 9–13.
18. Смола Л. Мем як інструмент інформаційної війни // *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія: Психологія*. 2019. Вип. 1(10). С. 91–95. DOI: 10.17721/BSP.2019.1(10).23.
19. Пода Т. Інтернет-мемі як феномен інформаційного суспільства // *Вісник НАУ. Серія: Філософія. Культурологія*. 2017. № 1 (25). С. 117–120. DOI: 10.18372/2412-2157.25.12640.
20. Полякова В. Рятівні українські мемі: як гумор допомагає боротися з тривогою. URL : Режим доступу: <https://gwaramedia.com/ryativni-ukrainski-memi-yak-gumor-dopomagaie-borotisya-z-trivogoyu/>.
21. Чаплак Я., Чуйко Г. Специфіка мемів у інтернет-просторі сучасного суспільства. URL : <https://ojs.ukrlogos.in.ua/index.php/interconf/article/view/18068> DOI: 10.51582/interconf.19-20.01.2022.035.
22. Чернікова О. Вербальний, невербальний та комплексний мем: класифікація за способом подання та сприйняття інформації в Інтернет-середовищі (на матеріалі іншомовних кіномемів) // *Вісник Київського національного лінгвістичного університету. Серія: Філологія*. 2015. Т. 18. № 1. С. 151–156.
23. Ягодкина М. Мемы в интернет-коммуникации // *ART LOGOS*. 2019. № 2 (7). С. 142–151.

REFERENCES

1. Akram, U., Irvine, K., Allen, S., Stevenson, J., Ellis, J., Drabble, J. (2021). Internet memes related to the COVID-19 pandemic as a potential coping mechanism for anxiety. *Scientific Reports*. Vol. 11. URL : <https://www.nature.com/articles/s41598-021-00857-8>.
2. Crawford, S., Caltabiano, N. (2011). Promoting emotional well-being through the use of humour. *J. Posit. Psychol.* Vol. 6(3). P. 237–252.
3. Jordan, M. (2014). What's in A Meme? URL : <https://www.richarddawkins.net/2014/02/whats-in-a-meme/>.
4. Kugler, L., Kuhbandner, C. (2015). That's not funny! – But it should be: Effects of humorous emotion regulation on emotional experience and memory. *Front. Psychol.* Vol. 6. P. 1296.
5. Martin, R. (2001). Humor, laughter, and physical health: methodological issues and research findings. *Psychol. Bull.* No. 127(4). P. 504.
6. Martínez-Martí, M., Ruch, W. (2014). Character strengths and well-being across the life span: Data from a representative sample of German-speaking adults living in Switzerland. *Front. Psychol.* No. 5. P. 1253.
7. Meme. Merriam Webster dictionary. URL : <http://www.merriam-webster.com/dictionary/meme>.
8. Reime, T. (2015). Memes as Visual Tools for Precise Message Conveying A Potential in the Future of Online Communication Development. URL : <https://www.ntnu.no/documents/10401/1264435841/Design+Theory+Article+-+Final+Article+-+Thov+Reime.pdf>.
9. Strick, M., Holland, R., Van Baaren, R., Van Knippenberg, A. (2009). Finding comfort in a joke: Consolatory effects of humor through cognitive distraction. *Emotion*. Vol. 9(4). P. 574.
10. Belovodskaya, A. (2016). Internet memes explicating the media concept (on the issue of the methodology of the analysis of a media image). *PRZEGLĄD RUSYCYSTYCZNY*. No. 4 (156). P. 118–131.
11. Zhadka, V. and etc. (2018). Hybrid war and journalism. Problems of information security. Kyiv : Publishing House of M. P. Drahomanov State University of Applied Sciences. 356 p.
12. Gush, Y. (2023). Laughing at the enemy gives strength: why Ukrainians respond to current challenges with new portions of memes. URL : <https://maidan.org.ua/2023/01/smikh-nad-vorohom-daie-sylu-chomu-nanynishni-vyklyky-ukraintsi-reahuiut-novymy-portsiiamy-memiv/>.
13. Dawkins, R. (1989). The selfish gene. URL : https://chtyvo.org.ua/authors/Richard_Dawkins/Ehoistychnyi_hen/.
14. Voznesenska O. (2022). Memes as a means of art therapy in overcoming the collective trauma of war. The space of art therapy. Vol. 2 (32). P. 5–29.
15. Kyrylyuk, O. (2019). Linguistic nature of a meme. *Scientific notes of the National Academy of Sciences. Linguistics*. Vol. 2. P. 30–35.
16. Opryshchenko, A., Sergatskova, K. (2022). Memes about the war – what helps the whole country hold on and defeat the Russian Federation in the information war. Prohibition spoke to those who make them. URL : <https://zaborona.com/memy-pro-vijnu-te-shho-dopomagaye-vsij-krayini-trymatysya-j-peremagaty-rf-v-informacijnij-vijni/>.
17. Ryazanov, A. (2018). Meme as a communicative unit: synchrony and diachrony of the concept. *Bulletin of Kharkiv National University named after V. N. Karazin. "Social Communications" series*. Issue 14. P. 9–13.
18. Smola, L. (2019). Meme as a tool of information warfare. *Bulletin of Taras Shevchenko Kyiv National University. Series: Psychology*. No. 1(10). P. 91–95. DOI: 10.17721/BSP.2019.1(10).23.
19. Poda, T. (2017). Internet memes as a phenomenon of the information society. *Bulletin of NAU. Series: Philosophy. Culturology*. No. 1 (25). P. 117–120. DOI: 10.18372/2412-2157.25.12640.
20. Polyakova, V. Life-saving Ukrainian memes: how humor helps fight anxiety. URL : <https://gwaramedia.com/ryativni-ukrainski-memi-yak-gumor-dopomagaie-borotysya-z-trivogoyu/>.
21. Chaplak, Ya., Chuyko, G. (2022). The specificity of memes in the Internet space of modern society. URL : <https://ojs.ukrlogos.in.ua/index.php/interconf/article/view/18068> DOI: 10.51582/interconf.19-20.01.2022.035.
22. Chernikova, O. (2015). Verbal, non-verbal and complex meme: classification according to the method of presentation and perception of information in the Internet environment (based on the material of foreign language movie memes). *Bulletin of the Kyiv National Linguistic University. Series: Philology*. Vol. 18. No. 1. P. 151–156.
23. Yagodkina M. (2019). Memes in Internet communication. *Art Logos*. 2019. No. 2 (7). P. 142–151.

MEMES AS AN IMPORTANT COMPONENT OF MEDIA CONTENT IN TIMES OF WAR: PURPOSE, FUNCTIONS AND TOPICS

Memes have now become an integral part of media content. Newsrooms create their own humorous images and publish the most popular ones. Memes have also become the “heroes” of publications and an important decoration of journalistic materials.

Memes are mostly informative images, often humorous, that convey news and facts in a funny, original and interesting way. Such images often become viral and attract attention.

During the war, we have seen a large number of humorous images appear in journalistic materials, on media pages in social networks and messengers. The increase in memes in publications and on media pages is due to the fact that the audience likes humorous and original content in the form of images. It also draws attention to publications and successfully conveys the news and topic of the journalistic material. In addition to their entertainment and informative functions in the media, memes also help to cope with emotions, anxiety and worries. They penetrate people’s minds unnoticed and remove certain barriers.

During the war, memes have the following functions: informational, psychological and practical. The informational function is to inform about the news, the psychological function is to help people cope with their feelings, and the practical function is to call on the audience to take certain actions (for example, to help the Ukrainian armed forces) using humorous images. Memes are also an effective tool for information warfare and the fight against Russian propaganda.

Memes are based on humour, which softens the experience of problems or even relieves anxiety. The memes published by the media during the Russian-Ukrainian war in 2022 have specific objectives: to make fun of the enemy, thus making him funny, clumsy, not so scary, and weak enough. And the soldiers who defend their land are glorified by memes, portrayed as stronger. And such humiliation of the enemy neutralises fear.

Key words: memes, humorous images, war, mass media, Russian-Ukrainian war.