

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЗ «ПІВДЕННОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ К. Д. УШИНСЬКОГО»
ІСТОРИКО-ФІЛОЛОГІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ
КАФЕДРА УКРАЇНСЬКОЇ ФІЛОЛОГІЇ І
МЕТОДИКИ НАВЧАННЯ ФАХОВИХ ДИСЦИПЛІН**

**Українська словесність у полікультурно-освітньому
просторі сьогодення**

**ЗБІРНИК ТЕЗ ДОПОВІДЕЙ
МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ**

23-24 вересня 2021 року

Одеса – 2021

Г69

Друк за ухвалою вченої ради ДЗ «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського»
(протокол № 3 від 18 жовтня 2021 року)

Редакційна колегія:

Копусь О.А., перший проректор з навчальної та науково-педагогічної роботи

Кон О. О., декан історико-філологічного факультету;

Кучерява О. А., завідувач кафедри української філології і методики навчання фахових дисциплін;

Прокопенко Л. І., доцент кафедри української філології і методики навчання фахових дисциплін;

Босак Н. Ф., доцент кафедри української філології і методики навчання фахових дисциплін;

Горіна Ж. Д., доцент кафедри української філології і методики навчання фахових дисциплін (*відповідальний редактор*)

Євтушина Т. О., доцент кафедри української філології і методики навчання фахових дисциплін (*відповідальний секретар*)

РЕЦЕНЗЕНТИ:

Мельник С. М. – к.філол.н., доцент кафедри інформаційної діяльності та медіа-комунікацій Державного університету «Одеська політехніка»

Караман С. О. – д.пед.н., професор кафедри української мови Інституту філології Київського університету Бориса Грінченка

Г69 Українська словесність у полікультурно-освітньому просторі сьогодення [Електронний ресурс] : збірник тез доповідей Міжнародної наукової конференції /відп. ред. Ж.Д.Горіна]. Одеса: ДЗ «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського», 2021. 184 с.

За зміст тез наукових доповідей, достовірність цитувань та оригінальність викладення матеріалу відповідальність несуть автори

© ДЗ «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського», 2021
©кафедра української філології і методики навчання фахових дисциплін
©Автори статей, 2021

комунікативної цілі [3]. Изучение этих дисциплин предусмотрено на старших курсах, поэтому оно происходит не обособленно, а с опорой на сведения, уже полученные студентами-иностранцами в ходе обучения.

Выводы. Всё это, изложенное выше, так или иначе способствует формированию и развитию социокультурной компетенции иностранных студентов, что должно обеспечить адекватный перевод, эффективную коммуникацию, диалог культур и взаимопонимание между странами и людьми. Знание норм поведения, традиций и культуры страны в целом позволит учащимся в будущем адекватно воспринимать и понимать не только друг друга, но и непосредственно самих носителей языка [5].

Литература

1. Азимов, Э.Г. Новый словарь методических терминов и понятий (теория и практика обучения языкам). М. : Издательство ИКАР, 2009. 448 с.
2. Азимов, Э.Л., Щукин А.Н. Словарь методических терминов (теория и практика преподавания языков). Санкт-Петербург : Златоуст, 1999. 472 с.
3. Горегляд, Е.Н. Общие вопросы синтаксиса. Словосочетание: методические рекомендации. – Витебск : ВГУ имени П. М. Машерова, 2013. 48 с.
4. Гутнова, З.К. Методика обучения идиоматичной диалогической речи на продвинутых этапах обучения английскому языку в лингвистическом вузе : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.02. Москва, 2000. 209 с.
5. Леонтьев, А.А. Мыслительные процессы в усвоении иностранного языка: учеб.-методич. пособие. ИЯШ. 2005. № 5. С. 72-76.
6. Современный русский литературный язык. Синтаксис сложного предложения для филологических специальностей : учебно-методический комплекс по учебной дисциплине / сост. Е.Н. Горегляд. Витебск : ВГУ имени П.М. Машерова, 2021. 84 с.

УДК 1:324.87

Жанна Горіна, Олеся Олійник

ДЗ «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського»

ІНТЕРНЕТ-МЕМИ В «БОРОТЬБІ» ПРОТИ COVID-19

У статті досліджено природу інтернет-мемів як засобів особистісної взаємодії та маніпулювання в соціальних мережах і TG-каналах. Здійснено спробу визначити специфіку мемів, пов'язаних із висвітленням проблеми коронавірусної інфекції і вакцинації.

Ключові слова: соціальні мережі, TG-канали, маніпулювання, COVID-19, Інтернет-меми.

The article analyzes one of the modern phenomena Internet communication such as Internet meme. Special attention is paid to the analysis of the communicative and manipulative function of Internet meme dedicated to the problem of COVID-19.

Key words: social network, Internet meme, COVID-19, coronavirus

Постановка проблеми. У ХХІ столітті – у час цифрових технологій – соціальні мережі і TG-канали стали не лише платформами передавання інформації чи міжособистісної взаємодії, а й ареною для маніпулювання масовою свідомістю. Стрімкий темп зростання популярності сучасних віртуальних каналів комунікації серед користувачів спричиняє активізацію нових засобів і технологій

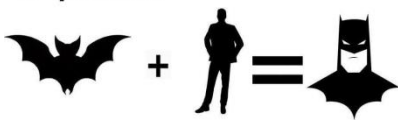
мовленнєвого впливу і сугестії. Окрім вербальних засобів впливу, в текстах соціальних мереж і TG-каналів окреслилася тенденція до зловживання інтернет-мемами (далі – мему) як прогнозована миттєва реакція на злободенні події.

Аналіз наукових досліджень. Дослідженню мемів присвячені праці зарубіжних і вітчизняних дослідників (С.Блекмор, Р. Броуді, М.Годвін, Д. Деннет, О. Дзюбіна, С.Канашіна, Ч. Ламсен, А.Манегетті, О.Нежура, Д.Рашкофф, Ю.Щуріна та ін.). Так, у широко цитованій роботі Р. Броуді «Психічні віруси», мему охарактеризовано як «базові структурні елементи культури, подібні до генів – базових структур елементів життя» [1, с. 7]. Хоча не менш відомо, що сама ідея «психічних вірусів» була висловлена біологом Річардом Докінзом, який вперше обґрунтував теорію мемів й увів до наукового обігу поняття «мем», означаючи ним одиницю культурної інформації, яка подібно гену прагне створити якомога більшу кількість своїх копій, але на відміну від нього для неї природним середовищем є не молекула ДНК, а людська свідомість [2]. Звичайно, спершу сміливі ідеї Докінза піддалися ніщивній критиці з боку академічної науки, але згодом отримали дальший розвиток (напр, Р. Броуді, А.Манегетті, Д.Рашкофф), що призвело до виокремлення цілого наукового напрямку – меметики. **Мета** полягає в аналізі маніпулятивної природи тематичних мемів про COVID-19.

Джерельна база дослідження : соціальні мережі «Instagram», «Facebook» і TG-канали (профілі відомих блогерів, акаунти користувачів, топові пабліки українського фейсбуку: «Шляхта не працює», «Баба і кіт», «Цинічний Бандера»).

Викладення основного матеріалу. Останнім часом масове поширення «токсичної» або «вірусної» інформації характеризується спонтанністю й абсолютною неконтрольованістю, а особливо, коли мова йде про віртуальне середовище, як «Instagram», «Facebook» або TG-канали. Другий рік поспіль такою «вірусною» темою лишається будь-яка інформація, пов'язана зі світовою пандемією коронавірусу. Моніторинг українського сегменту соціальних мереж і TG-каналів виявив найбільш популярні серед користувачів: 1) креолізовані мему (рис.1), складниками яких є зображення й текст, 2) мем-зображення (рис.2), у яких немає вербального компонента, і 3) власне текстові мему(рис.3).

В фільмах:



В житті:

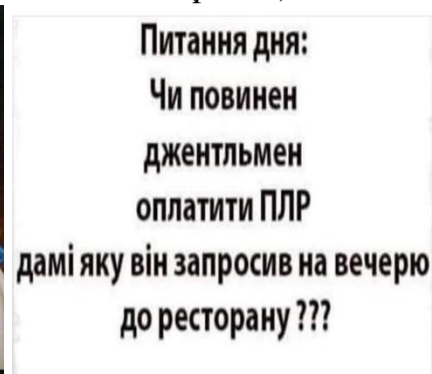


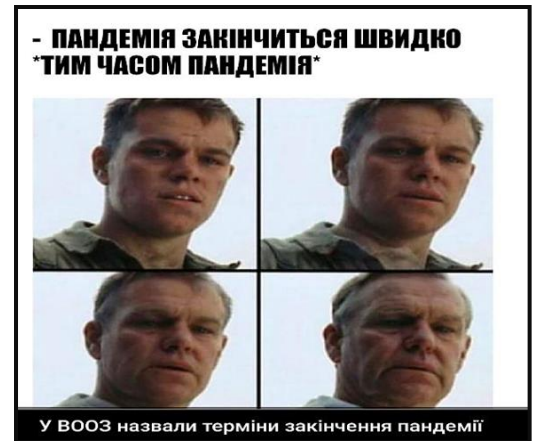
рис.1

рис.2

рис.3

Як бачимо, перше місце утримують саме креолізовані мему, які зокрема викликають невідомий інтерес у підписників пабліку «Шляхта не працює» або «Баба і кіт», сприяючи їх миттєвому поширенню, далі йде – мем-картинка,

впізнавані багатьма зображення або фотографії, оброблені в графічному редакторі «Photoshop» (це так звані фото жаби, фейси), і меншу кількість складають власне текстові мему у вигляді або влучної фрази, або мовних кліше в мережових дописах чи коментарях із використанням експресивних неологізмів, типу: *чіпізація, коронований, ковідка, вакцинуті, ковід-десидент, лохдаун, ваксери, антиваксери, шмурдяк, ковідіоти, локдець* і т.ін. Очевидно, що використання мему з візуальною підтримкою краще забезпечує його здатність розмножуватися, але його умовна живучість так чи інакше тримається на вербальних тригерах, як приклад, в одному з TG-каналів, здавалося б, звичайна новина про можливі терміни закінчення пандемії («Коронавірусна інфекція завершиться на початку 2022 року, вважає глава ЄРБ ВОЗ Ханс К्लюге» (@RedditUkraine; 24.02.21)) одразу супроводжується появою відповідного мему з фотографією відомого актора і вербальним тригером «У ВООЗ назвали терміни закінчення пандемії» (рис. 4).



Ще однією з найбільш обговорюваних тем в інтернет-просторі є питання вакцинації проти COVID-19. Водночас відображення користувачами соціальних мереж наболілої теми через серійні мему одразу посприяло поляризації двох думок – «за» і «проти» вакцинування. Створені і розповсюджені тематичні мему мали на меті не інформувати, а вплинути на когнітивну й емоційну сфери адресата, змусити його не тільки поставити вподобайку, а й прокоментувати, поділитися з друзями. Такі маніпуляції наближаються до «тролінгу» – «провокативної поведінки» [3, с. 96], яка, за М. Бахтіним, ґрунтується на іронії, сарказмі, висміюванні певного об'єкта або опонента комунікативної взаємодії. Наприклад, у соціальних мережах і TG-каналах полеміка між вакцинаторами й антивакцинаторами знайшла своє відображення в мемах на рис. 5 і 6:



рис. 5



рис. 6

Відтак маніпулятивна мережева комунікація, побудована на «горизонтах очікування», психологічна обробка френдів і підписників шляхом або залякування, або зарядження позитивною мотивацією до дій так чи інакше скеровані на формування відповідних поведінкових настанов через емоційний вплив на підсвідомість. Фіксуємо надзвичайну поширеність маніпулятивних прийомів, реалізовуваних через поєднання вербального компонента з так званим іконічним видільним, який, за О. Поймановою, є таким, що «посилює аспект вербальної інформації» [7, с.21]. Унаслідок цього з'являються меми-віруси, розповсюдження яких, на думку Д. Рашкоффа, призводить до масштабних соціально значущих наслідків [8], оскільки такі меми не тільки відверто знущаються, пародіюють, висміюють повідомлювану офіційну інформацію, а й певним чином трансформують її сприйняття, запускаючи потрібні інформаційні процеси в соціумі. Добре відомо, що визначальними характеристиками будь-якого різновиду популярних інтернет-мемів у віртуальному просторі є такі: охоплення різних сфер суспільно-політичного життя, вплив (прямий/опосередкований) на когнітивну або емоційну сферу адресата, і як наслідок – формування та створення потрібної адресантові громадської думки. Маніпулятивна природа інтернет-мемів передовсім закладена в їх привабливій інформаційній оболонці, а чим виразнішим є мем, на думку Н. Марченко, «тим менш критичне маємо до нього ставлення, що, у свою чергу, призводить до виражених ефектів навіювання» [5, с. 18]. Напр., відеомем (рис. 7) відображає мережеву реакцію на інформацію щодо масового щеплення (75%) населення Моршина навесні 2021 року й побудований на впізнаваному образі-кліше (А. Гітлер). Багато разів тиражований стандартний сюжет цієї гіф-анімації (ставка Гітлера) креативні користувачі мережі «Facebook» цього разу присвятили табору антивакциноваторів. Мем, як бачимо, «підігріває» їх стійке переконання щодо безглуздості масового вакцинування, а, як наслідок – небажання робити щеплення. Функційне навантаження тематичних мемів про COVID-19 – пародіювання й іронія – почасти пояснюється їх лаконічністю і метакомунікативним мінімалізмом. Меми не лише висміюють повідомлюване, а й

ТИМ ЧАСОМ У СТАВЦІ
АНТИВАКЦИНАТОРІВ УКРАЇНИ



створюють громадську думку, а отже, стають рушійною силою певних процесів в українському соціумі. Наприклад, проблема імпорту вакцин від COVID-19 так само спричинила жваву мережеву полеміку й наявність протилежних думок, тоді як меми-віруси миттєво масово «розігривали» переконання щодо неефективності окремих імпортованих вакцин, і як наслідок – небажання їх робити громадянами (рис. 8.)

Або ж навпаки: для переконання населення вакцинуватися автори інтернет-мемів апелюють до різноманітних прецедентних феноменів як, зокрема до візуальних образів Івана Франка, Тараса Шевченка, Ліни Костенко або до інших відомих українських класиків чи лідерів громадської думки. Так, використовуючи мовні-кліше, популярні цитати, небайдужі користувачі створюють серію мемів про ефективність вакцинації проти коронавірусної інфекції (рис.9 - 10) – в надії хоч у такий спосіб переконати свою цільову аудиторію. Повідомлювана інформація так само здебільшого тримається на вербальних тригерах (трансформовані цитати), висміюється, але лише таким чином, мем здатен множитися й впливати на емоційний стан реципієнтів. Проте, на нашу думку, слухним із цього приводу є спостереження Н. Кутузи, яка вважає, що подібні типи маніпуляції згодом можуть мати негативні наслідки: «...викликається штучно стан тривоги, страху, роздратованості, і подальше подання позитивної інформації не сприяє стовідсотковому збалансуванню, гармонізації психологічного стану» [4, с. 142]. Попри розважальність полікодові засоби трансляції вірусної інформації через меми моделюють реакцію українського соціуму й стимулюють вироблення відповідної поведінки мережевих користувачів – або спротиву щодо поточної ситуації, або ж поширення новини, бо, як зауважує Р. Броуді, «завдання мему в кінцевому результаті – інфікувати когось іще» [1, с. 27].



Насамкінець, прокоментуємо ще одну трендову тему соціальних мереж, як популярність південнокорейського вебсеріалу «Гра в кальмара», яка з осені 2021 року спричинила ледь не масове «зараження» молодіжної аудиторії: стрічки в соцмережі «Instagram» рясніли червоними комбінезонами, зеленими костюмами й дивними ляльками; топові блогери нагалися всіляко привернути увагу своїх підписників, використовуючи візуалізацію з вірусною тематикою гостросюжетної дорами. Особливо токсичними виглядали профілі з креолізованими мемами, створеними на основі серіалу «Гра в кальмара» напередодні Halloween 2021 (рис. 11). Справді, про успішне інфікування користувачів через ці тематичні меми красномовно свідчить той факт, що в реальному житті молоді люди влаштовували костюмовані вечірки з макіяжем, вбранням героїв серіалу, попри те, що головні персонажі в червоних костюмах –



наглядачі-вбивці, а в зелених – потенційні жертви-смертники. На нашу думку, маніпулятивне спрямування серійних мемів має виразне лінійне відображення поточної ситуації: бажання адресата пізнати щось нове, але вже добре відоме для більшості – візуально-вербальне кодування в прогнозованому адресантом напрямі – широке залучення фанатів до обговорення теми – просування теми в тренди. Цей механізм допомагає ввести реципієнтів у потрібний стан зниження рівня критичного мислення, адже «особливі стани свідомості, які понад усе схильні до навіювання, пов'язані з підвищенням активності правої півкулі мозку, відповідальної за емоції і, відповідно, із гальмуванням діяльності лівої півкулі, що відповідає за критичність і аналіз» [1, с. 125]. Проведене дослідження засвідчило, що новим різновидом мас-медіа є дискурс соціальних мереж, де відбувається особливий тип комунікації у віртуальному просторі. Віртуальне спілкування в соціальних мережах і TG-каналах є доволі специфічним комунікативним середовищем: головний його контент створюють пересічні користувачі, часто і не знайомі між собою особисто. Віртуальний комунікативний простір сьогодні заповнили інтернет-меми – гіф-анімація, зображення в поєднанні з різними приписами або з іронічно-гумористичним ухилом, або з відвертими висміюваннями, знуцаннями, пародіюванням, або ж заряджені позитивною мотивацією до рішучих дій, що здатні швидко множитися й миттєво поширюватися. Найпопулярнішими є гіфки і креолізовані меми, останні з яких кількісно домінують у висвітленні проблеми *COVID-19*, розносячи інформацію з такою швидкістю, що ледь не дорівнює темпам розповсюдження коронавірусної інфекції. Основною закономірністю такого спонтанного, не підвладного ніякому контролю поширення токсичної інформації, можна вважати «живий» і невідомий інтерес самих користувачів, а також їхнє небайдуже ставлення до питань світової пандемії *COVID-19*. Безперечно, позитивним є сигнал для суспільства, що в багатьох його громадян зросло самоусвідомлення на ґрунті вакцинації, але часом мережеве протистояння між ваксерами й антиваксерами набуває відверто конфліктних, абсурдних чи навіть гротескних форм прояву.

Література

1. Броди Р. Психические вирусы. Как программируют ваше сознание. Москва, 2007. 304 с.
2. Докинз Р. Эгоистичный ген. М.: АСТ: Corpus., 2012. 512 с.
3. Кожевникова К. Об аспектах связности в тексте как целом. В кн.: Синтаксис текста. М.: Наука, 1979. С. 49-67.
4. Кутуза Н.В. Комунікативна сугестія в рекламному дискурсі: психолінгвістичний аспект. К. : Видавничий дім Дмитра Бураго, 2018. 736 с.
5. Марченко Н. Соціальна сеть «Вконтакте»: лінгвопрагматический аспект: автореф. дис. на соискание учен. степени канд. филол. наук. Ростов-на-Дону, 2013. 20 с.
6. Олійник О.В. Вербальне маніпулювання в соціальних мережах Instagram, Facebook, Twitter, Telegram-каналах: наук. роб. Усеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт, Донецьк (Вінниця): ДНУ імені Василя Стуса, 2021 URL: <https://science.donnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/6/2021/04/virtualna-realnist.pdf>
7. Пойманова О. В. Семантическое пространство видеовербального текста : автореф. дисс. ... кандидата филологических наук : Москва, 1997. 23 с. URL: <https://search.rsl.ru/ru/record/01000161963>
8. Рашкофф Д. Медиавирус. Как попкультура воздействует на сознание. Москва : Ультра. Культура, 2003. 368 с.