

Підготовка до повідомлення поганих новин з урахуванням людських особливостей для адресата містить практичну користь. Як зазначив Т. Кумбс, американський фахівець із кризових комунікацій, безпосереднє дослідження комунікацій під час кризи починається не стільки з виведення теоретичних постулатів, перевірених практикою, скільки з практики, яка потім досліджується і узагальнюється фахівцями, що і породжує відповідну базу теоретичних знань [4].

Ділова кореспонденція відрізняється від приватного листа властивими для неї: достовірністю, переконливістю, належними відредагованістю і оформленістю, з конкретними пропозиціями. Письмові зауваження зазвичай сприймаються різкіше, ніж усні. На жаль, дехто використовує електронну пошту, щоб зробити зауваження, коли не наслідуються сказати це вголос віч-на-віч.

Отже, техніки передачі негативних повідомлень у діловому спілкуванні передбачають обов'язкове звернення до вимог культури мовлення і враховування психологічних особливостей адресата листа.

Список використаних джерел

1. Галюк І. Б. Ділові комунікації у менеджменті: конспект лекцій. Івано-Франківськ: ІФНТУНГ, 2020. 102 с. URL: https://search.library.nung.edu.ua/DocDescription?doc_id=465438
2. Ділове спілкування приклади з життя. URL: <https://gruzaperevozka.kiev.ua/dilove-spilkuvannya-prikladi-zzhittya/>
3. Шегида Л. Кризові комунікації як інструмент забезпечення стійкості громад. *Теоретичні та прикладні питання державотворення. Місцеве самоврядування*. 2022. № 27. URL: <http://taais.oridu.odessa.ua/article/view/276822>
4. Coombs W. Timothy. Parameters for Crisis Communication. *Crisis Communication and Its Allied Fields*. P. 17–53. URL: <https://doi.org/10.1002/9781444314885.ch1/>



**Чередник Л. А., канд. філол. наук, доцент,
Національний університет «Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка», м. Полтава**

МЕМ ЯК СУЧАСНИЙ ЗАСІБ ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЇ

У сучасному глобалізованому суспільстві під впливом новітніх інформаційних технологій звична для нас комунікація набирає нових форм. Це пояснюється тим, що сучасне сприйняття соціокультурних процесів спричинює нові поняття та явища, які мають вплив на буття людини і пов'язані з передаванням інформації. Так, одним із засобів передачі інформації як реакції на важливі події суспільного життя є меми.

На думку дослідників, мем (англ. *meme*) – це одиниця культурної інформації, що поширюється від однієї людини до іншої за допомогою імітації, навчання тощо. Мемом може бути будь-яка ідея, символ, ситуація чи спосіб дії, що усвідомлено чи неусвідомлено передаються від людини до людини у вигляді мови, письма, відео, ритуалів, жестів тощо.

Уперше поняття мему і його концепції було розроблено англійським еволюційним біологом Річардом Докінзом і висвітлено в книзі «Егоїстичний ген» (1976), а згодом розширено в його ж монографії «Розширений фенотип» (1982). Термін «мем» Докінз вигадав, взявши за основу грецьке слово «*μίμημα*» («подібність»). На думку вченого, уся значуща для культури інформація складається з базових одиниць, які він назвав мемами за аналогією з біологією, де вся інформація складається з генів. На основі цієї ідеї Докінза виникла дисципліна меметика, яка нині має спірний науковий статус. Однак слово з грецьким коренем *μνημα* (транслітерація – *мнема* – спогад, пам'ять) вперше згадується ще у 1904 році німецьким еволюційним біологом Річардом Семонам у науковій праці «Пам'ять – сприйняття у зв'язку з оригінальними сприйняттями». За даними Оксфордського словника (Oxford English Dictionary), слово «*mneme*» з'явилося в англійській мові у 1921 році, коли книгу Р. Семона було перекладено англійською з назвою «The Mneme».

Нині поняття «мем» вивчають представники різних напрямків науки, зокрема: лінгвістика, культурологія, психологія. Відразу варто наголосити, що єдиного визначення терміна поки що немає, оскільки кожна з цих наук розглядає його, враховуючи різні чинники. Серед дослідників, які вивчали у своїх наукових розвідках проблему мемів і їх роль у суспільстві, варто назвати зарубіжних учених: Р. Докінза, Р. Броуді, А. Менегетті, Д. Рашкоффа, Т. ван Дейк, А. Лінч та ін. Цікавить ця проблема й українських науковців, зокрема поняття «мем» було висвітлено у працях Ю. Теглівця, О. Дзюбіної, Ж. Денисюк, Т. Пози, О. Чернікової та ін. Загалом науковці суголосні у потрактуванні мемів як «чинників публічного дискурсу та соціальних практик, що дає змогу глибше усвідомити особливості культури та соціальні наслідки колективної комунікації в інтернет-просторі» [1, с. 14].

Останнім часом з популяризацією інтернет-мережі меми отримали нове середовище для поширення та стали основою особливого соціального явища – інтернет-мемів, що є інформацією (посилання, тексти, картинки, навіть розмовні конструкції), зазвичай переданою користувачами одне одному через мережу. У більшості випадків це робиться з метою розваги, однак вони можуть містити інформацію й провокаційного характеру.

Місця «зародження» мемів – це різні інтернет-спільноти (блоги, форуми, чати, групи в соціальних мережах і под.). Інтернет-меми відрізняються різним

ступенем локальності залежно від того, яку частину інтернет-простору вони покривають. Для інших носіїв мови вони, імовірно, під час ознайомлення залишаться незрозумілими, якщо не супроводити їх необхідними поясненнями.

Першоджерела мемів різноманітні: гаряча новина в ЗМІ, предмет мистецтва, фільм, персонаж аніме, висловлювання інтернет-користувача тощо. Тобто, мем володіє культурною конотацією, що надає адресату можливість ідентифікації прецедентного феномену. Ефективність комунікації в цьому випадку прямо залежить від уміння інтернет-користувача здійснити експлікацію прихованих культурних конотацій мему, відновити ті асоціативні зв'язки, яким забезпечений комічний ефект [2, с. 375].

Основною ознакою інтернет-мемів є те, що вони не існують поза подіями реального життя. Тобто в особливий спосіб вони здатні передати інформацію про певну історичну чи культурну подію. Головно для цієї одиниці комунікації, на думку дослідниці С. Канашиної, характерні такі особливості: 1) вірусність (здатність швидко розповсюджуватись в Інтернеті і тиражуватися великою кількістю копій); 2) емоційність (властивість передавати певні емоції та апелювати до них); 3) мінімалізм форми (стисла форма полегшує процес тиражування мема в інтернеті, а також полегшує розуміння, декодування сенсу мема інтернет-користувачем); 4) полімодальність (можливість передавати інформацію за допомогою текстового (вербального) та графічного (візуального) каналів); 5) актуальність (зв'язок із конкретним соціальним і культурним контекстом); 6) гумор; 7) мімікрія (наслідування або імітація різних жанрів (карикатура, плакат, комікс, листівка).

Існують різні класифікації мемів. До прикладу, О. Чернікова поділяє мему на: 1) *вербальні*; 2) *невербальні* (візуальний (фото- та відеомеми), аудіальний, жестовий); 3) *комплексні* (поєднання двох чи більше типів) [3, с. 152]. О. Дзюбіна виділяє дві групи інтернет-мемів: *креолізованні мему* (поєднання вербального і візуального компонентів) і *текстові мему* (меми-слова, меми-словосполучення, фразові мему). Саме креолізовані інтернет-мему, на думку науковиці, у деяких випадках і є «основою для створення впізнаваної фрази, яка стає згодом текстовим інтернет-мемом і легко цитується в співтоваристві соціальної мережі з нульовим ступенем креолізації» [2, с. 376].

Досить часто мему є швидкою реакцією на суспільні події і особливо яскраво це можна спостерігати в умовах сьогочасся, коли ось уже півтора року триває війна. Так, популярними є мему про *бавовну* (у російського слова «хлопóк» є омограф – «хло́пок», який українською означає «бавовна»), реакцію українського соціуму на вступ України до НАТО, перемоги ЗСУ тощо. Лексема «*паляниця*» стала мемом ще в перші тижні широкомасштабного вторгнення росії на територію України (це слово важко вимовити іноземцям, зокрема росіянам, що пов'язано з фонетичними особливостями української мови).

Зазвичай автори мемів невідомі, але іноді їх творцями є й публічні особи. Так, український політик та блогер Віталій Чепинога миттєво відреагував на заявку про вступ України в НАТО: *Сорочку НАТО вишило мені; Рідне НАТО моє, ти ночей не доспало* тощо. Ця ідея для користувачів мережі стала джерелом для інших мемів на цю тему: *Нравиця не нравиця – НАТО наближається*.

Отже, оскільки меми нині стали невід’ємною ознакою комунікації в інтернет-мережі, то вони заслуговують на більш докладне вивчення.

Список використаних джерел

1. Денисюк Ж. З. Меметичність комунікативних практик в умовах розвитку цифрового інформаційного простору. *Вісник НАКККіМ*. 2021. № 1. С. 13–19.
2. Дзюбіна О. І. Класифікація, структура та функціонування Інтернет-мемів в соціальних мережах Twitter та Facebook. *Молодий вчений*. 2016. № 2. С. 375–379.
3. Чернікова О. І. Вербальний, невербальний та комплексний меми: класифікація за способом подання та сприйняття інформації в Інтернет-середовищі (на матеріалі англomовних кіномемів). *Вісник Київського національного лінгвістичного університету*. Серія Філологія. 2015. Т. 18, № 1. С. 151–156.



**Яворська Т. М., канд. пед. наук, доцент;
Ханжина К. В., здобувач вищої освіти,
Донецький національний університет імені Василя Стуса, м. Вінниця**

СУЧАСНІ МЕДІАОСВІТНІ КОМІКСИ

Людство здавна намагалося поєднати зображення та текст, починаючи від стародавніх малюнків з підписами і закінчуючи сучасними карикатурами і коміксами.

Комікс (англ. *comics*, множина від *comic* – комедійний, комічний, смішний) – графічно-оповідний жанр, у якому поєднано малярство (*карикатуру*, послідовність малюнків) і літературу (короткі тексти у вигляді «мовної бульки» чи «хмарки»); серія зображень із короткими текстами, що становлять історію; книжка з такими малюнками. Інша назва – мальована історія.

Комікси зародилися ще у 15 ст. У середині 19 ст. у Франції з’явилися перші зразки класичних коміксів. Термін «комікс» уперше вжито в 1897 році у США. Розвиток коміксів припав на 1930–50-ті роки у США – «Золоте століття» коміксів [1].

Зазвичай комікси – це сукупність картинок, які об’єднані певною історією. Втім комікс може бути і без історії, без діалогів, без матеріального вираження,