

Катерина Мілютина

доктор психологічних наук, професор кафедри психології розвитку,
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
<https://orcid.org/0000-0003-0013-2989>
katerinamilutina1963@gmail.com

Надія Садівнича

магістр психології,
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
<https://orcid.org/0000-0003-4065-0510>
n.dviyka@gmail.com

МЕМИ ЯК СТРАТЕГІЯ ПОДОЛАННЯ ВІЙНИ

Анотація: Мемі є одиницею інформації в соціокультурній сфері. Українські мемі та їх кількість зростали до 10–15 березня, після чого їх кількість почала зменшуватися. Метою нашого дослідження було проаналізувати мемі на відповідність їхнім стратегіям подолання. Використано аналіз та систематизацію 370 одиниць мемів, створених в Україні за період з 25 лютого 2022 року по 31 березня 2022 року. З розглянутих мемів 60% становили суто текстові мемі: слова-мемі (рашист, Гуйло, Чорнобаївка, паляниця), фрази-мемі (російський корабель), мем-вирази (Добрий вечір, ми з України!). Креолізовані або змішані мемі (картинка та підпис) становили 33%. Тільки зображення – 7%

У перші дні після початку війни з'явилися мемі, пов'язані з бажанням протистояти ворогу. Аналізуючи мемі та порівнюючи їх із копінг-стратегіями, було виявлено, що серед українських воєнних стратегій переважають мемі з конструктивними копінг-стратегіями. Широко використовується також стиль мемів (напівпродуктивний), який спрямований на пошук підтримки та відновлення психоемоційної рівноваги. Мемі такого типу почали з'являтися через 2–3 тижні після початку бойових дій і становлять невеликі

(10-12%) від загальної кількості зображень. Вони відображають стосунки між людьми, переживання, пов'язані з розлукою з членами сім'ї, спроби самовдоволення. На думку низки мемів, жителі України намагаються подолати свою тривогу не пасивним шляхом, а через розуміння оточення, що також можна сприймати як достатньо адекватну стратегію подолання. Ставлення до таких жакливих подій, як обстріли та бомбардування з достатньою часткою гумору, дозволяє оволодіти собою в нових військових обставинах. Культура мемів не оминула проблем біженців та внутрішньо переміщених осіб. Це питання невелике і вимагає розуміння та співчуття до біженців. На відміну від типових мемів, це зображення не є анонімним, але воно також широко поширилося в Інтернеті і стало мемом. Непроодуктивне подолання або взагалі не представлено в культурі мемів воєнного часу, або його висміюють і сприймають як явно неадекватну поведінку.

Ключові слова: війна в Україні, подолання, Інтернет, творчість, гумор, продуктивність.

Katherine Milutina

Doctor of Psychological Sciences, Professor of the Department of Developmental Psychology, Taras Shevchenko National University of Kyiv
<https://orcid.org/0000-0003-0013-2989>
katerinamilutina1963@gmail.com

Nadiia Sadivnycha

Master's Degree in Psychology, Taras Shevchenko National University of Kyiv
<https://orcid.org/0000-0003-4065-0510>
n.dviyka@gmail.com

WARTIME MEMES AS A COPING STRATEGY

Summary: Memes are a unit of information in the socio-cultural field. Ukrainian memes and their number increased until March 10-15, after which their number began to decrease. The aim of our study was to analyze memes for compliance with their coping strategies. The analysis and systematization of 370 units of memes created in Ukraine in the period from February 25, 2022 to March 31, 2022 was used. Of the memes considered, purely text memes accounted for 60%: meme words (rashists, Huylo, Chornobaivka, palyanytsia), meme phrases (Russian ship), meme expressions (Good evening, we are from Ukraine!). Creolized or mixed memes (picture and signature) accounted for 33%. Image only – 7%

In the first days after the start of the war, memes appeared related to the desire to resist the enemy. When analyzing memes and comparing them with coping strategies, it was found that memes with constructive coping strategies predominate among Ukrainian wartime memes. The style of memes (semi-productive) is also widely used, which is aimed at finding support and restoring psycho-emotional balance. Memes of this type began to appear 2–3 weeks after the start

of hostilities and are small (10-12%) of the total number of images. They reflect relationships between people, experiences related to separation from family members, attempts at complacency. According to a number of memes, the people of Ukraine are trying to overcome their anxiety not in a passive way, but by understanding the environment, which can also be perceived as a sufficiently adequate coping strategy. Attitude to such horrific events as shelling and bombing with a sufficient amount of humor allows you to master yourself in new military circumstances. The culture of memes has not escaped the problems of refugees and internally displaced persons. This issue is small and calls for understanding and compassion for refugees. Unlike typical memes, this image is not anonymous, but it has also spread widely on the Internet and has become a meme. Unproductive coping is either not represented in wartime meme culture at all, or it is ridiculed and perceived as clearly inappropriate behavior.

Key words: The war in Ukraine, overcoming, the Internet, creativity, humor, productivity.

1. Вступ

Росія розпочала агресію проти України 24.02.2022. При тому, що це є трагедією для населення України, одразу ж на просторах Інтернету з'явилися Українські мему і їхня кількість збільшувалась до 10-15 березня, після чого їхня кількість почала зменшуватись. Метою нашого дослідження став аналіз мемів на відповідність їх копінг стратегіям особистості.

Аналіз попередніх досліджень. Історія мемів починається з перших людських ідей, які почали об'єднувати нас під одним началом. Наступним кроком вивчення мему став Річард Докінз. У Dawkins, R., & Davis, N. (У Dawkins, R., & Davis, N. 2017) першим провів паралель між мемами та

генами. На створення цього слова, його надихнули дві речі: «Меме (англ.)» походить більше від грецької «μίμημα» – або «схожість, повторення»; та простота цього слова, подібно до «ген».

Мем – структурна одиниця значимої соціокультурної інформації, яка здатна видозмінюватись, еволюціонувати, адаптуватись та перетворюватись. Головним критерієм того, що перед нами саме мем, може слугувати його здатність до «розмноженням» та розповсюдження. Для цього процесу мему необхідна лише одна жива людина, в якій виникла будь-яка ідея, яку необхідно передавати надалі. Мему знаходяться у постійній боротьбі за виживання, на яке вони спроможні лише у сприятливих умовах – субстраті соціуму. Відповідно до гена, Докінз описує ген, як одини-

цю інформації, що за допомогою подальшої реплікації може передаватись та видозмінюватись. Якщо розглядати книгу з новим словом, то мемом ставатиме не сама книга, яка є набором мемів, а саме нове слово. Подібне відбувається серед усіх культурних надбань. Таке ж положення підтримали й інші біологи.

Тобто, будь-яке нове цікаве слово буде передаватись людиною й надалі, поступово витісняючи старе слово або словосполучення, що означало подібне. Якщо проаналізувати подібне нещодавнє слово, ми можемо побачити трансформацію від «ганебний вчинок» до «крінж», яке саме зараз домінує серед молоді. У дітей, що зростали у нульових та приблизно до першої половини десятих, можна побачити домінування слова «зашквар», яке означає приблизно те ж саме.

Ще однією особливістю мемів виступає їхнє «неавторство». Більша частина мемів походить не від конкретної людини, а від соціальної ідеї. Хоча це правило не обов'язкове, як це можна буде побачити далі.

Якщо роздивляти мемі як психологічне явище, їх у 1994-му році зміг окреслити Генрі Плоткін. На відміну від суто екстеріоретичної ідеї Докінза, Плоткін вважав й інтеріоритичний аспект не менш важливим. Мемі стали не суто зовнішнім соціокультурною інформацією, а й почали виводити назовні й внутрішнє знання людини (Plotkin H., 1994). Тобто тепер мемі використовують не суто абстрактний культурний субстрат, а наш мозок та минулий досвід. Мемі не перестали бути подібними до генів, лише додався другий механізм видозміни та еволюції.

На основі визначення Докінза, починає формуватись підхід до вивчення мемів та їх концептуальному зв'язку з генами – меметика. Одним з ідейних основоположників меметики можна вважати Річарда Броді. Окрім того, що мем виступає суто одиницею, у своїй книзі «Психічні віруси» він також пише що «Мем впливає на події таким чином, щоб у свідомості інших людей виникло якомога більше його копій» (Brodie, R. 2009). Від цього моменту, меметика розглядає мемі як подібну до вірусу структуру, мета якої постійне розмноження та закріплення у свідомості. Щодо розповсюдження мемів, цікавим є й швидкість. Вони здатні розповсюджуватись не лише від бать-

ка до сина, а й навпаки. Частіше вони розповсюджуються серед рівних страт та здатні кардинально видозмінюватись всередині одно покоління.

Мемі також можуть утворювати великі комплексні групи. Це все необхідно для виживання окремих ідей, які не змогли вижити окремо. Великі інститути формуються за допомогою цих груп. Так політична система або релігія сформувались подібним чином. Для другої характерною ознакою є: віра, існування будь-якого варіанту загробного життя, феномени, що не доступні людському розуму та інше. Релігії хоч і відрізняються один від одного, але є породженням одного механізму. Тобто, як і різні ссавці, вони схожі між собою загальними патернами, але відрізняються деталями.

На теренах України та взагалі Пострадянського простору, мемі вивчались не досить належним чином. Зазвичай це стосувалось або біології, відповідно до робіт Докінза, або соціології та культурології, тобто речей, що безпосередньо стосуються суспільства.

Що ж стосується головної теми роботи, а саме – інтернет-мемів, то ми можемо побачити стрімкий ріст інтересу саме філологів та маркетологів до цього феномену. Вони ж і відрізняють головну концептуальну різницю між мемом та інтернет-мемом. Психологічний аспект споглядання та сприймання мемів і досі залишається мало вивченим. Хоча епідемія та самоізоляція також сприяє звертання уваги психологів до цієї проблематики.

Перехід більшої частини соціокультурної інформації до мережі знаменував й зміну мемів. З появою інтернету, мемі почали з'являти і зникати набагато швидше аніж це було раніше. Також вони втратили і можливість формувати стійкі мемокомплекси. Інтернет-культура надзвичайно лабільна і навіть хаотична структура, яка знаходиться у постійному русі та зміні. Якщо раніше номінації «Мем року» відповідали все ж річній тенденції, то зараз така номінація втрачає сенс. Так, наприклад, BBC щороку з 2012 до 2017 випускали підбірки найкращих відео та мемів з кроком в один місяць, то зараз вони взагалі перестали робити подібні підбірки (Lee D., 2012, 2017). До того ж, мемі тих часів існували набагато довше, аніж мемі зараз, життя яких скоротилось вже до тижнів.

Ще однією відмінністю інтернет-мему від мему звичайного, є його початкова креативність та відсутній компонент постійного копіювання. Інтернет-меми з самого початку створенні для того, щоб одразу змінити об'єкт та надати йому нового сенсу. Самі інтернет-меми можуть з'явитись незалежно один від одного та й взагалі від чогось. Культурно-соціологічна основа інтернет-мему також втратила свою обов'язковість. Якщо раніше основою мемів ставали «фотожаби» або карикатури реальних людей та подій, то зараз інтернет-меми можуть з'являються абстрактно. Також не можна забувати про те, що інтернет-меми стали набагато більш популярними, аніж власне меми за Докінзом. Тому вони у звичайному житті втратили частину «інтернет-», залишивши його лише у науковому дискурсі (Кронгауз М. А. 2012). Надалі в цій роботі «мем» буде використовуватись лише у значенні «інтернет-мем», якщо не буде зазначено інше.

Структурний компонент інтернет-мемів також маловивчений та змінюється ненабагато повільнішими кроками, у порівнянні з власне мемами. Класифікувати меми на теренах України спробувала Оксана Дзюбіна. Автор наводить приклади іноземних мемів, що може негативно впливати на їх розуміння та культурний відгук. А отже приклади автора будуть замінені на більш вдалі українські меми. Сама класифікація відповідатиме моделі вченої. Після свого аналізу мемів у мережі, вона висунула наступну класифікацію мемів:

1. Суто текстові меми. Їх етимологія може бути пов'язана як з суто креолізованим мемом, так і мати самостійне походження, шляхом перетворення початкової фрази та після формування нового значення.
Текстові меми можна поділити на:
 - а. Меми-слова (Фофудія/Доколе)
 - б. Меми-словосполучення (Ввічливі люди)
 - с. Меми-вирази (А сьогодні в завтрашний день не все можуть смотреть...)
2. Креолізовані або змішані меми (картинка та підпис). Це найбільш типовий та популярний приклад інтернет-творчості, який часто використовують навіть для звичайної комунікації. Це часто нероздільна структура, яка повинна зберігати сенс у синтезі картинка-підпис

(Дзюбіна О.І. 2016). Тобто, якщо в нас є зображення Лукашенко, то необхідно писати текст відповідно його стилю спілкування, бажано на політичну тематику. Але це правило можна порушувати, якщо це виправдано формуванням нового мему зі створенням нового семантичного простору.

Але така класифікація не повністю вичерпна. Так до неї можуть додавати меми-картинки та відеомеми. До мемів-картинок можна відносити як суто культурні зображення (Зображення хати Кайдашевої сім'ї, яка набуває популярності щорічно перед скаладанням ЗНО), так і «фотожаби» та змінені картинки (наприклад: молодіжний Тарас Григорович Шевченко). Відеомеми являють собою як раз пародійний або випадково комічний відеоролик, зараз такими мемами стають різноманітні ролики з TikTok, але їх відрізняє надзвичайно коротке існування. В окремих випадках відео «завірусується» та живе кілька днів, або тижнів. Зазвичай це стосується відеовикликів, коли потрібно повторити певну дію. Тоді початковий мем живе у його копіюванні.

Також автори можуть додати до класифікації «гіфку», або динамічно-зациклений шматок відео. Її особливістю є відсутність звуку на зображенні. Це можна вважати перехідною ланкою між креолізованим фото-мемом та відео-мемом. Також ми б додали до цієї класифікації субкомпонент – Soub-мем. Він трохи відрізняється від гіфки поверненням звуку, але все ж виконує подібні функції. Це ще одна ланка між гіф-мемом та вже суто відеомемом.

Також в певних розважальних статтях окремо виділяють аудіомеми. Найчастіше це уривки вірусних пісень, або деяких цитат. Вони відповідають креолізованому мему між текстовим мемом (тому що не потребують відеоряду) та відеомемом (тому що відео може додавати нових сенсів).

Відповідно до будь-якого явища, мем має не лише зовнішні, а й внутрішні характеристики. Так, найбільш влучна класифікація внутрішніх характеристик мему, належить Канашиній С.В. (Канашина С.В.2017). Вона виокремлює наступні характеристики:

1. Вірусність – це здатність мему до стрімкого розповсюдження та стрімкого набирання популярності. Тобто, будь-яка картинка, що

- пересилається тисячі разів на хвилину, може вважатись вірусною. Вірусність може підсилювати й можливість працювати як з шаблоном, що веде до подальшого розвитку мема.
2. Здатність до реплікації – це здатність мему, який вже розглядається як вірус, до «випадкових мутацій» під час свого розповсюдження. Тут можуть бути як контекстні зміни, що викликані зміною початкового семантичного поля, так і його фізичні характеристики (розтягування картинки, нарізання на фотожаби, неправильний перенесення тексту й так далі).
 3. Серійність мему, або його здатність будувати спільне семантичне поле з іншими мемами. Це збільшує час існування мему. Певне продовження мему може навіть оновити його життя. Так мем про закохану на прогулянці, де хлопець озирається на іншу дівчину, отримав нове життя після оновлення шаблону.
 4. Емоційність мему – його основний спосіб передачі. Він націлений на емоційний відгук людини, який хотілось би передати ближньому. Вони поділяються всередині за різними емоційними ознаками, але виконують завжди подібну функцію.
 5. Мінімальність форми мему, тобто його редуковане зображення. Він повинен мати хоч якесь смислове навантаження, тому що інакше він не буде зрозумілим. Але не бути перевантаженим, тому що такі мему не викликають суспільного інтересу.
 6. Поліmodalність мемів визначається їх здатністю до передачі власної інформації різними шляхами. Так, суто візуальний мем може бути зображений словами, стати основою для відео, або навіть перетворитись на аудіомем. Поліmodalність виражається не лише у можливості мему перетворюватись на різні форми передачі інформації, а й у можливостях різних форм саме інтернет-комунікації. Вона також має не суто текстовий варіант, а част переходить у відео- та аудіо- формати.
 7. Мемі найчастіше виступають відповіддю на актуальні події. Чим більш актуальний мем, тим більше у нього шансів закріпитись на певний час у медіа-просторі. Але такі мему дуже прив'язані до загального поля уваги, та зникають після закінчення ажіотажу.
 8. Гумор – основна характеристика інтернет мему. Мем повинен смішити людей. Хоч мем живе недовго, але кожний мем відповідає приблизно однакової структурі, що наближає їх до нової форми існування анекдотів. Комічний ефект мемів досягається завдяки тим самим механізмам, що у жартах та анекдотах. Як завдяки семантичним перетворенням, так і синтаксичним прийомам, та навіть завдяки структурі жарту «сетап»/ «зав'язка» та «панчлайн»/ «стрімка розв'язка».
 9. Елемент фантазії. Безліч мемів створена завдяки абстрактним або неймовірним ситуаціям. У мемах можуть співіснувати як і реальні персоналії. Так, наприклад, діалог Порошенка з деревом у коміксі буде сприйматися спокійно.
 10. Медійність, або інтегрованість мему у саму структуру інтернету та комунікації. Відповідно до основних характеристик інтернет-комунікації: анонімності, масовості та швидкості передачі, інтернет-мемі здатні надзвичайно швидко розповсюджуватись, піднімаючи теми, що стають забороненими у суспільстві.
 11. Мімікрія. Друга головна характеристика мему. Навіть не зважаючи на все різноманіття форм та проявів інтернет-мемів, він все одно відповідає соціокультурному мему та використовує подібне зображення та способи існування. Будь-який мем подібний до звичних форм контенту: комікс, банер, або відеоролик.
- Але не зважаючи на масовість інтернет-мему в мережі, деякі автори наполягають на неможливості використання саме цієї форми мемів у публічному та рекламному полі. Так, суспільство може бути не готове до використання мемів у реальному житті через їх більш цинічний характер жарту, можливості більш негативної реакції соціуму після виходу з мережі, обмеженості контексту використання, та залежності ефективності використання від загальної концепції соціального образу людини або компанії (Хавторина Ю.В., 2017).
- При стресових умовах існування людина застосовує копінг-стратегії, які сприяють виживанню та збереженню психологічного здоров'я. (Karamushka, L. 2020) виокремлює наступні стилі копінгів, посилаючись на підходи (E. Frydenberg, R. Lewis 2000), говорячи про продуктивність ко-

пінг-стратегій, виділяють 18 стратегій копінг-поведінки, об'єднаних у три стилі.

Перший стиль – продуктивне подолання, яке спрямоване на розв'язання проблеми. Сюди відносять такі 4 копінг-стратегії: фокусування на розв'язанні проблеми (систематичне обдумування проблеми з урахуванням інших точок зору); наполеглива робота, добросовісне ставлення до навчання (роботи) і високі досягнення; фокусування на позитиві (оптимістичний погляд на речі, нагадування собі про те, що є люди, які перебувають у гіршому становищі підтримка бадьорості духу); активний відпочинок (заняття фізкультурою і спортом).

Другий стиль – проміжний – орієнтований на отримання соціальної підтримки. Включає 6 копінг-стратегій: пошук соціальної підтримки (прагнення поділитися своєю проблемою з іншими, заручитися підтримкою, схваленням); спілкування з близькими друзями і набуття нових друзів; прагнення належати (інтерес до того, що думають про тебе інші, і дії, спрямовані на отримання схвалення); суспільні дії (пошук підтримки шляхом організації групових дій для розв'язання проблем); звернення по професійну допомогу; пошуки духовної опори, молитви про допомогу, читання духовної літератури.

Третій стиль – непродуктивний – не сприяє розв'язанню проблеми. Такий стиль представлений 8 копінг-стратегіями; неспокій (тривогою за майбутнє загалом і своє майбутнє особливо); надія на диво (сподівання на краще, на те, що все саме по собі налагодиться; розпач (відмова від яких-небудь дій з усунення проблеми, хворобливі стани); розрядка (покращення самопочуття за рахунок «випускання пари»; виміщення своїх невдач на інших, сльози, крик, алкоголь, сигарети, наркотики); ігнорування проблеми (свідоме блокування проблеми); самозвинувачення (суворе ставлення до себе, відчуття відповідальності за проблему); занурення в себе (замкнутість, приховування від інших своїх проблем); прагнення відволіктися, відпочити (відволікання від проблеми, використання таких способів, як читання книг, перегляд телепередач, розваги).

Методи дослідження. Аналіз та систематизація 370 одиниць мемів, створених в Україні в період з 25.02.2022 по 31.03.2022.

2. Результати

З розглянутих мемів 1. Суто текстові меми склали 60%:

- a. Мемі-слова (рашисти, Хуйло, Чорнобаївка, паляниця)
- b. Мемі-словосполучення (руській корабль)
- c. Мемі-вирази (Доброго вечора, ми з України!)
 2. Креолізовані або змішані меми (картинка та підпис) 33%.

3. Лише зображення – 7%

В перші дні після початку війни з'явилися меми, пов'язані з прагненням надання спротиву ворогу. На рис.1. представлено зразок мему такого типу



Рис. 1. Мем створений 27.02.22.

Цей мем можна віднести до першого типу: фокусування на розв'язанні проблеми. Це взагалі є найпоширенішим варіантом мемів про війну, які з'являються протягом останнього часу. До цього ж конструктивного типу можна віднести меми, які присвячено наполегливій роботі, добросовісному ставленню до роботи (рис. 2.).



Рис. 2. Мем, створений 24.03.2022

Другий стиль мемів (напівпродуктивний) спрямовано на пошук підтримки та відновлення психоемоційної рівноваги. Мемі цього типу почали з'являтися через 2–3 тижня після початку бойових дій і є нечисленними (10-12%) від загальної кількості зображень. Вони відображають стосунки між людьми, переживання, пов'язані з розлукою з членами родини, спроби самозаспокоєння (рис. 3.) Як видно з цього зображення (та ряду схожих) мешканці України намагаються здолати свою тривогу не пасивним способом, а розумінням навколишньої ситуації, що теж можна сприймати як достатньо адекватну копінг стратегію. Ставлення до таких жахливих подій як обстріли та бомбардування з достатньою долею гумору дозволяє опанувати себе в нових воєнних обставинах.



Рис.3. Мем створений 2.03.2022

Культура мемів не оминула і проблеми біженців та вимушених переселенців. Ця тематика є нечисленною та вона закликає до розуміння та співчуття щодо біженців (рис.4.) На відміну від типових мемів, це зображення не є анонімним, але воно так само широко поширилося Інтернетом і почало виконувати функцію мемів.

Непродуктивні копінгі або взагалі не представлено в культурі мемів військових часів, або вони висміюються і сприймаються як явно неадекватна поведінка. В якості прикладу можна навести вербальний мем: «Всім коучам! Ось ми вийшли зони комфорту, і що далі?».



Особливістю сучасних мемів є й їхнє поширення. Якщо раніше вони зустрічалися лише в неофіційному спілкуванні в соціальних мережах, то зараз меми (переважно текстові) зустрічаються на офіційних сторінках державних інформаційних ресурсів. Меми зайняли своє місце у пропаганді та інформаційній війні, схоже на те, яке займали карикатури у часи другої Світової війни.

4. Висновки

Меми являють собою одиницю інформації соціокультурного поля. Інтернет-меми є однією з форм мему, що відрізняється від нього більш стрімким темпом життя, більш стрімким розповсюдженням та унікальною формою існування суто в мережі. Також інтернет-меми мають більш популярний характер, аніж меми соціокультурні. Через це, зі «звичайними» мемами тепер асоціюються саме інтернет-меми. При аналізі мемів, та співставленні їх з копінг стратегіями, було виявлено, що серед Українських мемів військового часу переважають меми з конструктивними копінг-стратегіями. Також широко використовується мотив пошуку підтримки та відновлення емоційної рівноваги. Непродуктивні копінги не притаманні сучасній Українській творчості з продукування мемів.

Література:

1. Brodie, R. *Virus of the mind: The new science of the meme*. Hay House, Inc. 2009.
2. Dawkins, R., & Davis, N. *The selfish gene*. Macat Library. 2017.
3. Дзюбіна О.І. Класифікація, структура та функціонування інтернет-мемів в соціальних мережах Twitter та Facebook. Режим доступу : URL :<http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2016/2/90.pdf>
5. Канашина С.В. Что такое интернет-мем? Вопросы журналистики, педагогики, языкознания. 2017. №28 (277).
6. Кавторина И.В. (2017) «Интернет-мемы» в рекламе: способ создания универсального кросскультурного языка или причина деградации? ESHY 2017. 2. 14–20.
8. Карамушка Л. М., Снігур Ю. С. Копінг-стратегії: сутність, підходи до класифікації, значення для психо-

логічного здоров'я особистості та організації. 2020, Актуальні проблеми психології. Том 1. Організаційна психологія. Економічна психологія. Соціальна психологія. 55, 23–30

6. Кронгауз М. А. Мемы в интернете: опыт деконструкции. Наука и жизнь. 2012. №. 11. С. 127-132.
9. Lee D. The top memes and viral videos of 2012 <https://www.bbc.com/news/technology-20797272>.
10. Lee D. The top memes and viral videos of 2017 <https://www.bbc.com/news/technology-42444484>.
11. Plotkin H. *Darwin machines and the nature of knowledge*. Harvard University Press. 1994
12. Frydenberg, E., & Lewis, R. Teaching Coping to adolescents: when and to whom? *American Educational Research Journal*. 2000. 37, 727–745.

References:

1. Brodie, R. (2009). *Virus of the mind: The new science of the meme*. Hay House, Inc.
2. Dawkins, R., & Davis, N. (2017). *The selfish gene*. Macat Library.
3. Dziubina O.I. (2016) *Klasyfikatsiia, struktura ta funkcionuvannia internet-memiv v sotsialnykh merezhakh Twitter ta Facebook*. URL :<http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2016/2/90.pdf>.
4. Frydenberg, E., & Lewis, R. (2000) *Teaching Coping to adolescents: when and to whom?* *American Educational Research Journal*. 37, 727–745.
5. Kanashyna S.V. (2017) *Chto takoe ynternet-mem? Voprosi zhurnalistyky, pedahohyky, yazikoznanyia*. 28 (277). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/chto-ta-koe-internet-mem>.
6. Karamushka, L. (2020). *Karamushka L. M., Snihur Yu. S. Kopinh-strategii: sutnist, pidkhody do klasyfikatsii, znachennia dlia psykhologichnoho zdorovia osobystosti ta orhanizatsii. Aktualni Problemy Psykhologii. Tom 1. Orhanizatsiina Psykhologiiia. Ekonomichna Psykhologiiia. Sotsialna Psykhologiiia.*, 55, 23–30.
7. Khavtoryna Yu.V. (2017) «Ynternet-memy» v reklame: sposob sozdanyia unyversalnoho krosskulturnoho yazyka yly prychna dehradatsyy? ESHY. 2, 14-20.
8. Kronhauz M. A. (2012) *Mem v ynternete: opit dekonstruktsyy*. *Nauka y zhyzn*. №. 11, 127-132.
9. Lee D. (2012) *The top memes and viral videos of 2012* <https://www.bbc.com/news/technology-20797272>.
10. Lee D. (2017) *The top memes and viral videos of 2017* <https://www.bbc.com/news/technology-42444484>.
11. Plotkin H.(1994). *Darwin machines and the nature of knowledge*. Harvard University Press.