

Пожарицька О. О.,*кандидатка філологічних наук, доцентка,
доцентка кафедри граматики англійської мови,
Одеського національного університету імені І. І. Мечникова
<https://orcid.org/0000-0003-4820-8129>***Ігнат'єва Д. Ю.,***студентка 4 курсу факультету романо-германської філології
Одеського національного університету імені І. І. Мечникова
<https://orcid.org/0009-0005-8838-4452>*

СЕМАНТИКО-ГРАФІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ АНГЛОМОВНИХ МЕМІВ ЯК СУЧАСНОГО МІКРОЖАНРУ ЦИФРОВОГО ДИСКУРСУ

Анотація. Стаття присвячена комплексному аналізу англomовних інтернет-мемів як специфічного мікрожанру сучасного цифрового дискурсу. Актуальність дослідження інтернет-мемів впливає як з їхньої ролі як одних з найпопулярніших засобів сучасної онлайн-комунікації, так і мотивується їхнім суттєвим потенціалом. У роботі розглянуто мему як гібридні медіатексти, що поєднують вербальні й графічні елементи та реалізують широкий спектр комунікативних функцій. Метою нашої роботи є встановлення семантико-графічних особливостей інтернет-мемів як нового явища культурно-лінгвістичного явища та їхньої ролі в цифровому інформаційному просторі. Окрім розважальної складової, підкреслюється їхня здатність виконувати переконливу, критичну та соціально орієнтовану функції, відображаючи актуальні проблеми й цінності молодіжного середовища. Матеріалом дослідження стали 100 англomовних мемів, відібраних із платформ Pinterest та Imgur, що дало змогу здійснити системний аналіз як змістової, так і формальної сторін цього феномена. На основі проведеного дослідження визначено основні семантичні групи мемів, серед яких: тематика ментального здоров'я, проблематика любові й міжособистісних почуттів, особливості студентського повсякдення, а також питання кар'єри та професійної діяльності. Така статистика вказує на орієнтованість цього жанру на емоційно значущі сфери, пов'язані з повсякденним досвідом молодіжної аудиторії, яка виступає одночасно і продуцентом, і реципієнтом мемної продукції. Отже, англomовні мему можна розглядати як відображення психологічно значущих аспектів внутрішнього світу сучасної молоді, що репрезентують її інтереси, переживання та актуальні проблеми. Окрему увагу приділено графічним параметрам мемів, зокрема співвідношенню тексту та зображення, кольоровій палітрі, композиційній структурі та позиціонуванню підписів. Виявлено, що мему здебільшого функціонують через синергію лінгвальних та графічних елементів, що дозволяє краще передавати емоції, створювати ідентичність і формувати громадську думку. Графічні характеристики англomовних мемів демонструють, що у 80% випадків лінгвальні та графічні елементи збалансовані, найпоширенішим кольоровим рішенням є поєднання чорно-білих і кольорових елементів (75%), а найчастіше текст розташовано в центрі зображення (38%). Таким чином, зроблено висновок, що англomовні інтернет-мему не просто функціонують як інструмент неформальної комунікації, а й слугують марке-

ром соціальних установок і культурних пріоритетів молоді у цифрову добу, а їхня гібридна природа відображає сучасні тенденції мультимодальної комунікації.

Ключові слова: інтернет-мем, мультимодальність, графічні елементи, цифровий інформаційний простір, текст, зображення, медіатекст, жанр.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими чи практичними завданнями.

Сьогодні швидкий плін часу вимагає появи нових засобів комунікації, які б представляли інформацію у найбільш сконцентрованому вигляді та мали б потенціал додаткового емотивного впливу на комунікантів. Фактично, поєднання вербального та невербального планів кодування інформації сприяє не лише кращому її засвоєнню, а й швидкості самого інформаційного обміну, що і пояснює тенденцію до популяризації мемів у сучасній культурі. Мему – це не просто жарти в інтернеті. Це явище, яке глибоко вкоренилося в цифрову культуру й стало частиною повсякденного спілкування мільйонів людей. Сьогодні мему поширюються з неймовірною швидкістю через блоги, форуми, месенджери та соціальні мережі. Завдяки своїй простоті та емоційній виразності мему можуть змінювати думки, формувати нове бачення проблеми, впливати на громадську свідомість. Звідси випливає **актуальність** нашої роботи, присвяченої дослідженню інтернет-мемів не лише як елементів цифрового гумору, а й як повноцінного культурного та лінгвістичного явища, що заслуговує на глибоке дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій з даної теми, виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття. У науковій літературі феномен мемів досліджувався представниками різних галузей знань – від біології до культурології та лінгвістики. У лінгвістиці мему досліджували такі науковці, як Р. Докінз, який уперше ввів термін і описав мем як одиницю культурної інформації [1], С. Блекмор, що підкреслила роль мемів у передачі культурних знань [2], а також Б. Вітгінс і Г. Бауерс, які розглядали мему як елементи цифрової культури з інтертекстуальністю та вірусністю [3]. Мему як жанр цифрового дискурсу аналізували О. Пожарицька [4] та І. Морозова [5; 6].

На відміну від попередніх робіт, які здебільшого зосереджувалися на загальних характеристиках мемів як культурних

одиниць або на їхньому «вірусному» поширенні, наше дослідження спрямоване саме на аналіз інтернет-мемів у лінгвістичному аспекті. Ми, слід за Сизоновим Д. О. [7; 8], розглядаємо їх як гібридні медіатексти, що поєднують текст та зображення, використовують інтертекстуальність, іронію, сарказм та інші стилістичні засоби, а також виконуємо функції не лише розважальні, а й переконливі. Такий підхід дозволяє виявити нові аспекти функціонування інтернет-мемів у сучасному українському та англomовному комунікативному просторі.

Отже, метою нашої роботи є встановлення семантико-графічних особливостей інтернет-мемів як нового явища культурно-лінгвістичного явища та їхньої ролі в цифровому інформаційному просторі. Поставлена мета дослідження мотивувала виконання наступних завдань роботи: встановлення базових характеристик мемів як мікро-жанру; розроблення семантичної класифікації англomовних мемів та виявлення найбільш частотних семантичних груп; аналіз особливостей лінгво-графічної представленості мемів та їх візуальних складових.

Об'єктом дослідження є інтернет-меми як нове явище культури. Предметом дослідження – їхні структурно-комунікативні особливості.

Матеріалом дослідження виступають 100 англomовних мемів, відібраних із платформ Pinterest та Imgur шляхом суцільної вибірки.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Онлайн-дискурс являє собою процес створення тексту в сукупності з прагматичними, соціокультурними, психологічними факторами, що включає взаємодію людей і механізми їхньої свідомості – когнітивні процеси [9]. Як зазначає Ю. Кольцова: «Віртуальний дискурс обмежений технічними можливостями... Але, будучи штучно створеним комунікативним середовищем, інтернет-дискурс – умовний і не має часових і просторових меж» [10]. Мем є частиною цифрового дискурсу.

Одним із перших термін «мем» увів Р. Докінз у праці «Егоїстичний ген» (1976), де описав його як «одиниці культурної інформації, які можуть передаватися шляхом наслідування та мають здатність до реплікації – подібно до генів» [1]. Подальший розвиток ідеї отримав у працях Р. Броуді («Психічні віруси»), який визначав мем як «окрему сутність, яка зберігається у свідомості та має ефект зміни подій у великій кількості різних свідомостей» [11], а також С. Блекмор, котра у книзі «Мемна машина» (2000) наголошувала, що «людина – це “машина для перенесення мемів”, яка не створює ідеї самостійно, а лише зберігає, повторює та передає їх далі» [2]. У сучасній англomовній традиції варто згадати і визначення П. Девісона: «Інтернет-мем – це культурна традиція, яка, як правило, є жартом, що посилюється завдяки її поширенню в Інтернеті» [12]. Дослідники Б. Вігінс і Г. Бауерс підкреслюють, що меми у цифровій культурі є «формою онлайн-комунікації, який властиві інтертекстуальність, гібридність і вірусність» [3].

Таким чином, мем у цифровому дискурсі можна визначити як особливий мікрожанр, що поєднує текстові та візуальні елементи, виконує переважно гумористичну та оцінну функції, а також швидко поширюється завдяки інтерактивності та доступності інтернет-середовища. Меми мають специфічні теми, стилі та аудиторії, що відрізняють їх від інших форм онлайн-контенту.

Аналіз 100 мемів, відібраних із платформ Pinterest та Imgur шляхом суцільної вибірки, уможливив таке їхнє класифікування за семантичними групами (див. таблицю 1).

Таблиця 1

Семантична класифікація інтернет-мемів

	Семантична група мемів	Частотність, %
1	Любов і почуття	27
2	Кар'єра і робота	17
3	Студентське життя	25
4	Ментальне здоров'я	31
	РАЗОМ	100

Отже, найбільш частотною виявилась група мемів, що стосуються ментального здоров'я (31%). Прикладом може слугувати Рис. 1. із зображенням оленя в метро, який уособлює відчуття самозванця у сучасному світі.



Рис. 1. Типовий мем у межах семантичної групи «Ментальне здоров'я»

Популярність таких мемів, на нашу думку, пояснюється тим, що молодь, як найбільш представлена група у цифровому просторі, дедалі частіше стикається з тривожністю, депресією та відчуттям невпевненості у нестабільному соціальному середовищі.

Друга за поширеністю група – любов і почуття (27%). Типовий приклад – Рис. 2, де людина бачить у дошці з написом «ти» головну причину для життя. Такі меми відображають фундаментальну потребу людини в емоційному зв'язку, а також кризу ширих почуттів у добу цифровізації.



Рис. 2. Типовий мем у межах семантичної групи «Любов і почуття»

Група «студентське життя» охоплює 25% вибірки, що підкреслює, що саме молодь як digital natives є найбільш репре-

зентованою групою в інтернеті. Приклад – Рис. 3, де студент з усмішкою дивиться на викладача, хоча зовсім не розуміє матеріал. Такі мему стають інструментом колективної ідентифікації: студенти впізнають у них власний досвід, що створює відчуття єдності.

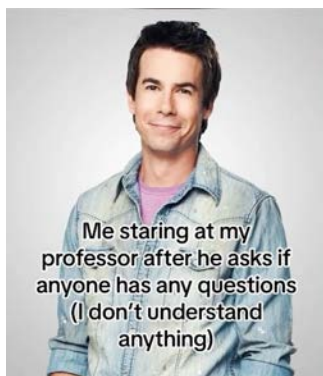


Рис. 3. Типовий мем у межах семантичної групи «Студентське життя»

Найменш частотною групою є мему про кар'єру і роботу (17%). На нашу думку, це пов'язано з тим, що молодь, яка створює мемну культуру, лише робить перші кроки в професії. Типовий приклад – Рис. 4. із підписом «born to vibe, forced to work». Такі мему висміюють рутинність праці та небажання молодого покоління миритися з жорсткими вимогами корпоративної культури.

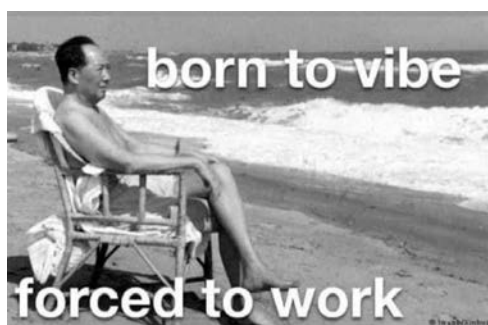


Рис. 4. Типовий мем у межах семантичної групи «Кар'єра і робота»

Таким чином, семантичне наповнення мемів напряду відображає соціальні проблеми сучасної молоді: психічне здоров'я, стосунки, навчання та робочі труднощі.

На наступному етапі роботи нами було проведено аналіз графічного оформлення мемів всіх семантичних груп, що були згадані вище. Результати проведеного дослідження показує таблиця 2.

Аналіз графічних характеристик нашого корпусу мемів показав, що у більшості випадків (80%) текст та зображення утворюють гармонійне ціле – текст присутній поряд з картинкою та займає не більше місця за саму картинку. Наприклад, на рис. 5 показано собаку за комп'ютером із підписом «I have no idea what I'm doing», що створює весь комічний ефект завдяки своїй невідповідності між серйозним виглядом ситуації (комп'ютер та гарнітура) та її суттю. Речення-підпис розташоване у верхньому лівому кутку та, фактично, є антитезою до зображення.

Таблиця 2

Особливості графічного оформлення мемів

	Графічні особливості	Частотність, %
1)	Лінгво-графічна представленість	
	1. Картинка без лінгвальних елементів	14
	2. Лінгвальні елементи суттєво переважають графічні за розміром	6
	3. Лінгвально-графічні елементи збалансовано	80
	РАЗОМ	100
2)	Кольоровість	
	1. Усі елементи кольорові	22
	2. Усі елементи чорно-білі	3
	3. Поєднання чорно-білих та кольорових елементів	75
	РАЗОМ	100
3)	Позиціонування тексту	
	1. Розташовано посередині зображення	38
	2. Розташовано зверху зображення	21
	3. Розташовано знизу зображення	21
	4. Подвійне позиціонування	20
	РАЗОМ	100



Рис. 5. Типова лінгво-графічна представленість мемів

За показником «кольоровість» переважають мему з поєднанням кольорових і чорно-білих елементів (75%). Найчастіше кольоровим є фото, а підпис виконано білим шрифтом з чорним контуром (рис. 6). Це забезпечує чіткість і контрастність повідомлення, дозволяючи текстовим елементам яскраво вирізнятися на кольоровому фоні та «грати» з самою картинкою – посилювати її ідею чи навпаки конфліктувати з нею. Цікавою знахідкою нашої розвідки став також той факт, що практично всі підписи на мемах написані за допомогою шрифту «Impact», який можна вважати «шрифтом мемів». Його можна чітко побачити на рис. 3, 5 і 6.

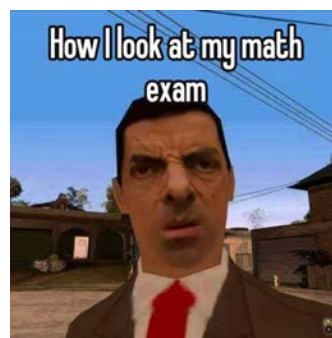


Рис. 6. Типова кольорова репрезентація англомовних мемів

Щодо позиціонування тексту, найбільш поширеним виявилося центральне розміщення (38%), яке характерне для сучасних пост-іронічних мемів (Рис. 7), хоча класичний варіант з підписом угорі та внизу все ще залишається популярним, особливо для мемів-«макросів».



Рис. 7. Типове позиціонування тексту в англомовних мемах

Висновки з дослідження і перспективи подальших пошуків у даному науковому напрямку. Підбиваючи підсумки проведеної розвідки, можна зробити наступні **висновки**. Дослідження інтернет-мемів як культурно-лінгвістичного явища має важливе теоретичне і практичне значення для розуміння сучасних процесів цифрової комунікації, формування мови та культури в умовах швидкозмінного інформаційного світу. Інтернет-меми виступають сьогодні як важливий мікрожанр сучасного цифрового дискурсу. Вони поєднують у собі гумор і сатиру, виступають засобом соціальної комунікації та формують відчуття належності до певної спільноти.

Вивчення семантичного наповнення англомовних інтернет-мемів показало, що найбільш поширеними є меми, присвячені ментальному здоров'ю (31%), любові та почуттям (27%), студентському життю (25%) і кар'єрі (17%). Це свідчить про їхню орієнтацію на емоційно важливі теми, пов'язані із щоденним досвідом молодшої аудиторії, яка є головними творцями (продуцентами) та, водночас, споживачами (реципієнтами) сучасних англомовних інтернет-мемів. Отже, фактично англомовні меми ілюструють собою психологічно важливі складники сучасного внутрішнього світу молоді, віддзеркалюючи її інтереси та проблеми.

Виявлено, що меми здебільшого функціонують через синергію лінгвальних та графічних елементів, що дозволяє краще передавати емоції, створювати ідентичність і формувати громадську думку. Графічні характеристики англомовних мемів демонструють, що у 80% випадків лінгвальні та графічні елементи збалансовані, найпоширенішим кольоровим рішенням є поєднання чорно-білих і кольорових елементів (75%), а найчастіше текст розташований в центрі зображення (38%). Обидві дані характеристики показують про взаємопроникнення вербальних та невербальних (графічних) елементів в мемах. Текст наче розриває картинку, стаючи не просто підписом, а стрижневим її елементом. Цікаво, що своїм змістом він може або пародіювати, або підкреслювати її, однак частіше, за нашими спостереженнями, є саме протиставлення серйоз-

ного та комічного, що підкреслює постмодернову іронічність даного виду комунікації.

Таким чином, англомовний інтернет-мем постає як складна, динамічна, мультимодальна одиниця комунікації, що виконує низку когнітивних, емоційних та соціальних функцій у сучасному цифровому дискурсі, а їхня гібридна природа відображає сучасні тенденції мультимодальної комунікації.

Перспективи даного дослідження вбачаємо в аналізі структурно-комунікативних особливостей вербальних елементів англомовних мемів.

Література:

1. Докінз Р. *Егоїстичний ген* / Р. Докінз ; пер. з англ. Я. Лебеденко. Харків : Клуб Сімейного Дозвілля, 2017. 496 с. Пер. за вид.: Dawkins, R. *The Selfish Gene*. Oxford : Oxford University Press, 2016.
2. Blackmore S., Dugatkin L. A., Boyd R., Richerson P. J., Plotkin H. The power of memes. *Scientific American*. 2000. Vol. 283, № 4. P. 64–73.
3. Wiggins B. E., Bowers G. B. Memes as genre: A structural analysis of the memescape. *New Media & Society*. 2015. T. 17, № 11. С. 1886–1906. DOI: 10.1177/1461444814535194.
4. Pozharytska O. Computer Literature as a New Modus of the Readers' Existence. *Science and Education a New Dimension. Philology*. IV (23). Issue: 100. 2016. P. 27–32.
5. Morozova I. B., Pozharytska O. O. Characters' Pilgrimage from the Canon to Fanfiction: A Gestalt Approach. *The IAFOR Journal of Literature and Librarianship*. Volume 10. Issue 1. 2021. Published July 28, 2021. P. 78–96. DOI <https://doi.org/10.22492/ijl.10.1.05>
6. Morozova I., Pozharytska O., Artemenko Y., Bykova T., Ponomarenko O. Digital Discourse in the English-Language Fiction. *AD ALTA: Journal of Interdisciplinary Research*. 11/02-XXII. The Czech Republic, 2021. P. 87–90. <http://www.magnanimitas.cz/11-02-xxii>
7. Сизонов Д. О. Інтернет-мем як засіб інтертекстуальності. *Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика*. 2021. Вип. 42. С. 97–102.
8. Сизонов Д. О. Фразеологізація інтернет-мемів. *Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика*. 2022. Вип. 45. С. 118–123.
9. Kalinina K. V. Peculiarities of Functioning of Computer Discourse. *Horizons of modern linguistics*. Lugansk, 2013. Vol. 4, pp. 62–64.
10. Кольцова Ю. Онлайн-дискурс як новітній тип дискурсу. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2019. Вип. 24. Т. 1. С. 108–113.
11. Brodie R. *Virus of the Mind: The New Science of the Meme*. Carlsbad: Hay House, Inc., 2009. 226 p.
12. Davison P. *The Language of Internet Memes. The Social Media Reader* / Ed. M. Mandiberg. New York : NYU Press, 2012. 218 p. (Very Interactive).

Pozharytska O., Ihnatieva D. Semantic and graphic features of English-language memes as a contemporary microgenre of digital discourse

Summary. The article is dedicated to a comprehensive analysis of English-language Internet memes as a specific microgenre of contemporary digital discourse. The topicality of the research on Internet memes stems from their role as one of the most popular means of modern online communication, as well as from their suggestive potential in the modern world. The paper considers memes to be hybrid media texts that combine verbal and graphic elements and perform a wide range of communicative functions. The aim of our work is to define the semantic and graphic characteristics of Internet memes as a new cultural and linguistic phenomenon and their role in the digital information space. In addition to their entertainment

component, their ability to perform persuasive, critical and socially oriented functions is emphasised, which reflects the current problems and values of the youth environment. The research material consisted of 100 English-language memes selected from the Pinterest and Imgur platforms, which made it possible to carry out a systematic analysis of both the content and formal aspects of this phenomenon. The carried out analysis resulted in identifying the main semantic groups of memes as: mental health issues, love and interpersonal feelings, features of student life, career and professional issues. These data indicate that this genre focuses on emotionally significant areas related to the everyday experiences of young audiences, who are both producers and recipients of meme content. Therefore, English-language memes can be seen as a reflection of psychologically sensitive aspects of the inner world of modern young people, representing their interests, experiences and current issues. Special attention is paid to the graphic parameters of memes, in particular the text-image ratio, colour palette, compositional structure and caption positioning. It has been revealed that memes mostly function through the synergy of linguistic and graphic elements, which allows them to better convey

emotions, create identity and shape public opinion. The graphic characteristics of English-language memes show that in 80% of cases, linguistic and graphic elements are balanced, the most common colour scheme is a combination of black and white with colour elements (75%), and the text is most often located in the centre of the image (38%). Thus, a conclusion has been made that English-language Internet memes not only function as a tool for informal communication, but also serve as a marker of social attitudes and cultural priorities of young people in the digital age, their hybrid nature reflecting current trends in multimodal communication.

Key words: internet meme, multimodality, graphic elements, digital information space, text, image, media text, genre.

Дата першого надходження рукопису
до видання: 22.08.2025

Дата прийнятого до друку рукопису
після рецензування: 16.09.2025
Дата публікації: 21.10.2025