

**Л. В. Чернявська**

доктор наук із соціальних комунікацій, доцент,  
завідувачка кафедри журналістики  
e-mail: liudmylachern75@gmail.com, ORCID: 0000-0002-1110-3174  
Запорізький національний університет  
вул. Жуковського, 66, м. Запоріжжя, Україна, 69002

## ТРАНСФОРМАЦІЯ МЕДІАРЕАЛЬНОСТІ В УМОВАХ ВІЙНИ В УКРАЇНІ

**Мета дослідження** – схарактеризувати мем як один з візуальних образів медіареальності, який бере участь у її формуванні в умовах війни.

**Методологія дослідження.** Для дослідження сучасних тенденцій розвитку медіареальності в умовах війни в країні на прикладі одного з її візуальних образів було використано методи систематизації, аналізу й синтезу, інтерпретації. Здійснено огляд наукових досліджень технологій творення мемів та їх ролі в творенні медіапростору. Проаналізовано мему, створені за період перших двох місяців війни РФ проти України в англомовному дискурсі та в українському медіапросторі.

**Результати.** Аналіз наукової літератури дав змогу виокремити три основних види мемів за структурою та участю медійних компонентів у формуванні мему. Розглянуто принципи гумористичного в мемах та окреслено засоби комічного в них. Мему стали медіаторами, які дали змогу виявити реакції на події російської агресії в Україні та простежити основну їх тематику в англомовному дискурсі й в українському медійному просторі.

У перші дні війни пересічні американські та європейські користувачі для того, щоб продемонструвати свою підтримку Україні, почали створювати мему й поширювати огляди мемів про агресію Росії проти України. Англомовні користувачі відзначили необхідність протистояти російській пропаганді, яка висунула свій інформаційний фронт не лише проти України, а й усього цивілізованого світу. Завданням мемів стало відтворення медіареальності не спотвореної російськими меседжами.

Завданням українських мемів стала підтримка українців, героїзація воїнів та звичайних українців, які виявили мужність і рішучість у протистоянні російській агресії.

**Новизна.** Обґрунтовано, що мемотворчість є потужним інструментом творення медіареальності. У сучасних умовах розважальний контент посилює свою функцію реагування на актуальні події. Англомовний дискурс презентує широкую підтримку України в ситуації збройної агресії РФ, через мемотворчість у тому числі. Україномовний медіадискурс активно використовує інструменти гумору для боротьби з російською інформаційною агресією.

**Практичне значення.** Результати дослідження можуть бути використані в процесі вивчення курсів з питань комунікації, формування медіареальності спеціальностей «Журналістика», «Реклама та зв'язки із громадськістю», «Інформаційна справа», а також медійниками-практиками в питаннях взаємодії з аудиторією.

**Ключові слова:** медіареальність, візуальний образ, мем, медіаконтент, медіапростір, мемотворчість, розважальний контент, теорія поколінь.

### I. Вступ

Медіареальність трансформує світ навколо себе, керуючи людськими емоціями та впливаючи на психологічний стан. Ця її здатність стає особливо важливою в кризових умовах. Для України таким викликом постала війна, розв'язана РФ у лютому 2022 р. Рейтинги свободи слова за 2021 р. у країні демонстрували наявність громадянського суспільства, а демократичний устрій, постійне громадське обговорення проблем суспільства були перевагами для формування стратегічних комунікацій у країні. Проте залежність медіа від власників, частина з яких були проросійськими й мали змогу поширювати меседжі російської пропаганди, були відвертою загрозою розвитку українського медіапростору.

Одним із популярних візуальних образів медіареальності є мему, місцем поширення яких став інтернет. Неоднорідність цього простору спонукала науковців простежити структуру та контент мережі. Новітні медіа було класифіковано на три групи: інтернет-версії традиційний медіа, комп'ютерні ігри та соціальні медіа. Саме соціальні медіа стали середовищем поширення мемів, оскільки їхня вірусна природа давала змогу вільно долати межі між соціальними мережами, блогами й мікроблогами, медіахостингами, а також потрапити в сервіси обміну досвідом – мемомепедії на MediaWiki.

## II. Постановка завдання та методи дослідження

Метою статті – схарактеризувати мем як один з візуальних образів медіареальності, який бере участь у її формуванні в умовах війни.

Дослідження ґрунтується на аксіологічному та культурологічному підходах до структури медіареальності та мемотворчості в контексті кризової ситуації, зумовленої війною в Україні; з метою визначення характеристик мема як візуальної одиниці медіареальності, а також тлумачення природи та механізмів і прийомів творення мемів використано такі загальнонаукові методи: аналізу, синтезу, узагальнення, інтерпретації.

## III. Результати

Медіапростір формують канали комунікації та їх мережі, тож присутність різних медіа в ньому може бути нерівномірною. Медіа є каналами та інструментами передачі інформації, а медіаконтент можуть формувати як професійні медійники, так і пересічні користувачі медіа. Поряд із традиційними медіа, участь у творенні медіаконтенту яких беруть професіонали, новітні медіа часто не обмежені професійними стандартами, де користувачі при створенні контенту керуються власними уподобаннями, медіакомпетентністю. Якщо традиційні медіа не мали інтерактиву з користувачем та персоніфікації інформації, то цифрові медіа змінили способи доставки медіаконтенту й надали можливість споживачеві стати користувачем та брати участь у створенні й поширенні медіаконтенту.

Одним із візуальних образів медіареальності стали мему, поширення яких відбувається в соціальних медіа (соціальних мережах, блогах, хостингах, сервісах колективних обговорень, довідниках, традиційних медіа тощо). Медіаторчість у формі мемів стала доступним видом творчого самовираження користувачів мережі. Цей розважальний контент почав одразу набувати рис стратегічного продукту через свої можливості вмонтовувати в свою структуру ідеї та меседжі й легко їх поширювати.

Мему зароджуються в молодіжному середовищі, оскільки представники наймолодших поколінь, за теорією Н. Гоува та В. Штрауса, народилися в епоху гаджетів та інформаційних технологій і не мислять свого існування без нових медіа (онлайнві ігри, інтернет-медіа, соціальні медіа). Вивчення мемотворчості та участі мемів у формуванні культурних артефактів чи фіксації актуальних або значущих подій за допомогою мемів стало у світовому науковому дискурсі трендом, про що свідчать численні англомовні дослідження: стратегії гумору О. Імонема (2017), особливості інтерпретації мемів С. Чжан (2017), можливості мемів у просуванні ідеї та участі в політичній комунікації в дослідженні Р. Мілнера, А. Нісенбаума, Л. Шифмана, демонстрація молоддю свого політичного волевиявлення П. Михайлідіса, мему як інструмент формування громадянської думки Х. Хайтінгтон, мемотворчіть молоді як реакція на актуальні події М. Йохан і Д. Булов, мему презентують національну ідентифікацію Д. Джао (2015) та ін. Українські наукові дослідження М. Булах, О. Вознесенської, О. Дзюбіної, А. Квят, В. Неклесової, А. Рязанова, О. Садловської, О. Чернікової, В. Юшак та Д. Лепкої та ін. подають як теоретичний опис мемотворчості, так і його реалізації в українському та англомовному дискурсах. Вказані дослідження окреслюють характеристики мемів як візуального образу медіареальності: здатність легко поширюватись завдяки активності користувачів-поширювачів (вірусність/віральність), ігрова основа та легкість форми, хаотичність розвитку та синергетичність.

Традиційні форми мемів різноманітні. Можна констатувати кілька видів за використанням різних медіатехнологій:

1. Найпростішими є текстові мему, які є цитатами або меседжами, констатацією фактів та ін. Текстові мему складаються з реакцій на події, вони висвітлюють оперативну ситуацію або фіксують універсальні враження, які мають понадчасову значущість. Такі тексти є грою слів, реалізуючи свій ігровий потенціал.

only, POGs.



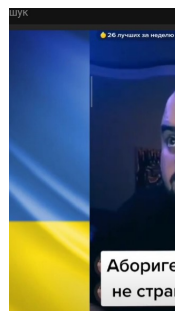
Текстові мему є найпростішою формою творення медіареальності за допомогою мовних феноменів.

2. Найпоширенішими є мему, які складаються з візуальної частини, створеної за допомогою намальованих образів, фотоматеріалів, образів із кіно, шоу тощо та їхнього текстового супроводу. О. Дзюбіна [1] їх кваліфікує як креолізовані тексти, які використовують візуальний образ, який має закріплене значення, та змінювану текстову частину. Закріплені образи можуть бути зображеннями акторів, відомих людей, персонажів фільмів, коміксів, тварини, емоції людей.



Наведений приклад є реакцією на подію 1 квітня 2022 р. на фронті, коли солдат ЗСУ збив російський винищувач Су-34 з ПЗРК. Солдат до війни був працівником Укрпошти. Мем створено на основі поєднання образу Клінта Бартона з фільму «Месники» у виконанні Джеймі Реннера із зображенням Сергія Чижова. Використано паралелізм героїчних подій із віртуальної реальності та справжнього буденного героїзму українських воїнів, які демонструють військову вправність і відвагу попри те, що до війни вони мали цілком мирні професії.

3. Відеомему, які складаються з відеороликів, що можуть супроводжуватись підписами. У відображенні подій російсько-української війни в мемотворчості значну частку має тік-ток-культура.



Гумор є основною постфольклорних медіапродуктів, до яких належать і мему. Розважальна мета мемів робить їх легкими для сприйняття медіатворами, які виконують рекреаційну функцію. Така функція актуалізується під час воєнної ситуації, у котру потрапила Україна з початком активної фази російської агресії з 24 лютого 2022 р. Гумор стає інструментом інформаційної боротьби. У цілому ж медійна ситуація зазнає значних змін.

Дослідження платформи «Детектор медіа» відтворюють зміну медіауподобань української аудиторії. Важливим кроком медійників була ідея спільного медійного марафону новин, ведучими яких стали журналісти різних медіа. Разом з тим, уведення воєнного стану дає змогу державі обмежити функціонування медіа, уведення цензури, від яких Офіс Президента публічно відмовився, проте відомою стала ситуація з відключенням ефірів ряду каналів, зокрема, «Прямий», які не є пов'язаними з проросійськими меседжами. Поряд із цим варто зазначити, що для пошуку інформації українські користувачі, як свідчить дослідження «Як змінилась аудиторія інтернету в Україні за два місяці війни» від «Детектор медіа» (06.05.2022), обирають пошукові сервіси, соціальні мережі та інформаційні сайти: «У квітні українці частіше користувалися сайтом “Приватбанк”. Зросла й популярність сайту tsn.ua. Цікаво, що за місце в десятці змагаються “Українська правда” і ТСН, і якщо в лютому-березні лідерка – “Українська правда”, то у березні-квітні її випередив ТСН. Ще цікавіша картина серед інформаційних ресурсів, якщо розглянути їх окремо. Ці показники важливіші, ніж мільйони користувачів фейсбука або інших соцмереж, адже в соцмережах люди часто споживають саме контент інформаційних медіа» [3]. Інститут масової інформації констатує збільшення кількості користувачів медіа понад 300%: «Найбільший приріст від-

відвідуваності медіа майже на 300% збільшився на новинних сайтах, які належать Томашу Фіалі – “Українська правда” (+314,9%) та “Новое время” (+291,2%). Та на 191% збільшився показник відвідуваності сайту “Ліга”, який належить родині Бондаренків» [4]. Новинний контент став затребуваним в українському суспільстві, оскільки складна ситуація змушувала користувачів скролити новини різних каналів, збільшилась частка різних каналів нових медіа, зокрема, інтерес до телеграм-каналів. З перших же днів війни гумористичні медіатвори почали з’являтися у соціальній мережі Фейсбук, яка стала найбільш популярною в Україні. Українці збирали різні ситуації, які дозволяли за допомогою різних засобів комічного (іронія, сарказм, постіронія, метаіронія тощо) висміювати ворога. Вже 28 лютого на четвертий день війни було створено варіант російського мема про котиків і їхню господиню Наташу, де котиками були українські воїни, які попереджають російського солдата про його смертельну небезпеку перебування в Україні (група «Український контент» 28 лютого 2022 р. з підписом «Тікайте, хлопці»).



Гумор мемів Р. Мілнером називає «формальна лінгва франка», він також визнає гумор як самоціль мемів – «естетичну маніфестацію логіки лулзів (гумору заради гумору)» [9, с. 64]. Традиційна форма жартів у мемах має двочленну структуру, що містить окреслення ситуації (setup) та ударний вираз/слово (punchline), що створює комічний ефект. За цією формулою створюють меми.

Мемотворчість попри свою міжетнічну форму спілкування базується на основі спільного культурного простору, її можна розглядати як процес творення повноцінного культурного продукту. Така властивість мемів, як медійність, реалізується через медійні канали та медійні технології творення. Сучасний світ виявляє таку рису, як глокалізація, де глобальний світогляд прикладається до конкретного простору, тож цивілізований світ оцінив агресію росії не лише як напад на окрему державу, а і як суцільний наступ на демократичні принципи устрою цивілізованого світу та порушення європейських цінностей.

Підтримка України в російсько-українській війни в англомовному дискурсі виявилась у мемах про Президента України Володимира Зеленського, який своїм прикладом демонстрував стійкість та готовність до боротьби. Попри всі попередження розвідок світових держав-лідерів він відмовився від евакуації з Києва й набув статусу сучасного супергероя, що засвідчили англомовні (переважно американські) меми. Огляд таких мемів зробив Я. Зубченко «Як світ відкрив для себе Зеленського і офігів. Добірка мемів» на платформі «Детектор медіа» вже 2 березня 2022 р. Їх тематику можна класифікувати:

1. Повага до українського лідера, зображення його супергероєм.
2. Зеленський демонструє стандарт лідерства (порівняння з президентом США Д. Трампом).
3. Захоплення особистістю сильного чоловіка, який став героєм для всіх жінок світу.
4. Трансформація актора в справжнього політика та ефективного президента країни, яка зазнала ворожого нападу. Ілюстрацією цієї теми може бути мем із миролюбивим ведмедиком Падінгтоном, якого озвучував В. Зеленський: «Мені потрібна зброя, а не евакуація».



5. Порівняння молодого й демократичного президента В. Зеленського із старим і віддаленим від своїх соратників (зокрема, столом) президента В. Путіна.

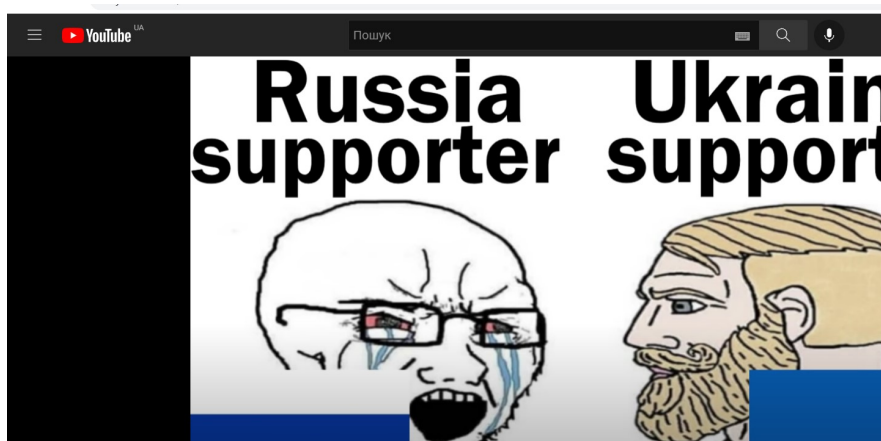
Американський новинний журнал військових та екстрених служб «Coffee or Die Magazine» також запропонував добірку англomовних американських мемів про ситуацію в Україні 1 березня 2022 р. Її автор Ерік Міллер відзначив оптимістичну тенденцію гумористичної інтерпретації новин в Україні від українського уряду: «хоча неспровоковане вторгнення в суверенну націю насправді не є смішним, це не завадило інтернету – та українському уряду – висміювати російські війська вторгнення між раундами штурмів» [10]. Автор також додає, що, хоча США не беруть безпосередньої участі в цій війні, проте їхній дух в Україні і його ім'я Javelin. Тематика цих мемів така:

1. Росія – навіжений неадекватний сусід.
2. Недостатня військова підтримка України.
3. Росія пасує перед Україною. Сміливість українців.
4. Путін порушує гуманітарні права та знищив вільну пресу.

Розважальний новинний онлайн-сервіс Reddit має значну кількість спільнот мемів. Це англomовна мережа, яка стала середовищем творення культових мемів на основі теорії покоління і створення персонажів бумера, думера, зумера. Вона також відреагувала на ситуацію в Україні творенням мемів з підтримки України, наприклад, група r/memes на початку вторгнення почала публікувати меми з підтримкою України.



Самі ж образи з теорії покоління також ілюструють ставлення користувачів до російського вторгнення.



Це один із мемів, які було включено до огляду каналу Memenade 24 лютого 2022 р. в день початку агресії. Його автор прокоментував свій відеоогляд, зазначивши, що подібна ситуація вже була в історії, і тоді агресії зазнала Фінляндія: «У 30-х роках на мою країну напали так, як на Україну, підживлені брехнею та несправедливістю. Тому, як людина з іншої маленької країни, я бажаю, щоб мій уряд зробив усе можливе, щоб підтримати Вас. Це лише ще один випадок для підручників історії агресії тиранічного зла проти меншої незалежної нації. Змії в Кремлі вирішили свою долю. Я знаю, що це відео, ймовірно, буде об'єктом антилайків, я втрачу велику кількість

передплатників і що це відео може бути видалено через цілеспрямовані звіти, організовані російськими троями, але майбутнє свободи Європи та демократії поставлено на карту і на тій же ноті свобода слова». Автор закликає не поширювати дезінформації, яку продукуватиме росія проти України і просить не вірити пропаганді агресора. Розважальний канал мемів фінського автора став на підтримку України в складний для неї час у перший же день вторгнення.

Мемтворчість пов'язана з медіаповедінкою користувачів, які прагнуть:

- самореалізації (часом самодемонстрації - створення та поширення мемів);
- копіменталізації (комунікація в мережі, яка підсилює живе спілкування, створення мемів як реакції на події підсилює передачу важливих меседжів);
- компенсації (віртуальні образи в медіакomuнікації дають змогу вирівняти дисбаланс у реальному житті – створені меми доповнюють або замінюють реальність).

Мемтворчість у мережі є комунікаційним досвідом молодих людей, які вільно володіють медіатехнологіями, знання котрих є достатнім для створення таких простих візуальних образів медіареальності як меми. Медіатехнології та канали поширення цих медіапродуктів є недоступними для людей, далеких від сучасної культури медіаспоживання, наприклад, людей пенсійного віку. Тож, окрім згаданих психологічних видів медіаповедінки користувачів-креаторів мемів про війну в Україні, відзначимо такі:

- виявлення власної ідентичності, національна самопрезентація;
- героїзація українців під час комунікації із зовнішнім світом.

Функціями створених мемів є:

- творення й просування позитивного іміджу України в образах героїв боротьби з російськими загарбниками, стійкості українців, прагненні справедливості та перемоги;
- продукування образів української дійсності з високою віральністю для інформування світової громадськості про стан подій в Україні.

#### IV. Висновки

У медійному дискурсі про Україну та протистояння російській агресії формуються меседжі світової підтримки українців, розуміння того, що Україна виборює захист демократичних цінностей для всього цивілізованого світу, героїзації звичайних українців та українського лідера. Медіареальність формується через візуальні образи, такі як меми. Вони становлять розважальний контент, цікавий кожному користувачу, тому відтворення реакцій на події через меми дає змогу створити картину бачення російсько-української війни в англomовному медіапросторі.

Українська медіареальність з початком війни отримала новий імпульс для розвитку, з неї було практично усунуто ворожі проросійські меседжі, від творення яких відмовились проросійські українські медіа. Українські користувачі обрали гумор основним інструментом боротьби з російськими загарбниками, висміюючи недолугість російської армії, втрату зв'язку з реальністю російського уряду. Героїзація звичайних українців, які своїми діями наближають перемогу над ворогом, стали основним меседжем українських мемів. Формування медіареальності в українському медіапросторі відбувається в умовах інформаційної війни проти російського імперського наративу.

#### Список використаної літератури

1. Дзюбіна О. І. Класифікація, структура та функціонування Інтернет-мемів в соціальних мережах Twitter та Facebook. *Молодий вчений*. 2016. № 2. С. 375–379.
2. Зубченко Я. Як світ відкрив для себе Зеленського і офірів. Добірка мемів. *Media sapience*. 2 березня 2022. URL: <https://ms.detector.media/sotsmerezhi/post/29083/2022-03-02-yak-svit-vidkryv-dlya-sebe-zelenskogo-i-ofigiv-dobirka-memiv/> (дата звернення: 12.03.2022).
3. Сергієнко І., Білоскурський О. Як змінилась аудиторія інтернету в Україні за два місяці війни. *Детектор медіа*. 2022. URL: <https://detector.media/rinok/article/198932/2022-05-06-yak-zminylas-audytoriya-internetu-v-ukraini-za-dva-misyatsi-viyny/> (дата звернення: 29.03.2022).
4. Через війну трафік деяких українських медіа збільшився на 300%. *IMI*. 2022. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/cherez-vijnu-trafik-deyakyh-ukrayinskyh-media-zbilshyvsya-na-300-imi-i45225> (дата звернення: 29.03.2022).
5. Ding, Z. The Internet Meme as a Rhetoric Discourse: Investigating Asian. *Asian Americans' Identity Negotiation*. 2015. URL: [http://rave.ohiolink.edu/etdc/view?acc\\_num=bgsu1429219266](http://rave.ohiolink.edu/etdc/view?acc_num=bgsu1429219266) (date of request: 25.03.2022).
6. Immonen O. Losers and Superior Overlords – Humor Strategies in Nerdy Internet Memes. University of Helsinki Spring, 2017. 111 p.
7. Johann M., Bülow L. One Does Not Simply Create a Meme: Conditions for the Diffusion of Internet Memes. *International Journal of Communication*. 2019. № 13 (2019). P. 1720–1742. URL: <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/9169/2622> (date of request: 25.03.2022).
8. Mihailidi P. The civic potential of memes and hashtags in the lives of young people. *Discourse: Studies in the Cultural Politics of Education*. 2020. Vol. 41. Iss. 5. P. 762–781.
9. Milner R. M. The world made meme: Public conversations and participatory media. 2016. Cambridge, MA : MIT Press, 135 p.
10. Miller E. Here Are The Best Memes From The War In Ukraine. 2022. URL: <https://coffeordie.com/ukraine-war-memes/> (date of request: 25.03.2022).

## References

1. Dziubina, O. I. (2016). Klasyfikatsiia, struktura ta funktsionuvannia Internet-memiv v sotsialnykh merezhakh Twitter ta Facebook [Classification, structure and functioning of Internet memes on social networks Twitter and Facebook]. *Molodyi vchenyi*, 2, 375–379 [in Ukrainian].
2. Zubchenko, Ya. (2002). Yak svit vidkryv dlia sebe Zelenskoho i ofihiv [How the world discovered Zelensky and Ofig. A selection of memes]. *Media sapience*. Retrieved from <https://ms.detector.media/sotsmerezhi/post/29083/2022-03-02-yak-svit-vidkryv-dlya-sebe-zelenskogo-i-ofigiv-dobirka-memiv/> [in Ukrainian].
3. Serhiienko, I., & Biloskurskyi, O. (2002). Yak zminylas audytorii internetu v Ukraini za dva misiatsi viiny [How the Internet audience in Ukraine has changed during the two months of the war]. *Detektor media*. Retrieved from <https://detector.media/rinok/article/198932/2022-05-06-yak-zminylas-audytoriya-internetu-v-ukraini-za-dva-misyatsi-viyny/> [in Ukrainian].
4. Cherez viinu trafik deiakykh ukrainskykh media zbilshyvsia na 300% [Due to the war, the traffic of some Ukrainian media increased by 300%]. *IMI*. (2022). Retrieved from <https://imi.org.ua/monitorings/cherez-vijnu-trafik-deyakyh-ukrayinskykh-media-zbilshyvsvsia-na-300-imi-i45225> [in Ukrainian].
5. Ding, Z. (2015). The Internet Meme as a Rhetoric Discourse: Investigating Asian. *Asian Americans' Identity Negotiation*. Retrieved from [http://rave.ohiolink.edu/etdc/view?acc\\_num=bgsu1429219266](http://rave.ohiolink.edu/etdc/view?acc_num=bgsu1429219266) [in English].
6. Immonen, O. (2017). Losers and Superior Overlords – Humor Strategies in Nerdy Internet Memes. University of Helsinki Spring [in English].
7. Johann M., & Bülow L. (2019). One Does Not Simply Create a Meme: Conditions for the Diffusion of Internet Memes. *International Journal of Communication*, 13 (2019), 1720–1742. Retrieved from <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/9169/2622> [in English].
8. Mihailidi, P. (2020). The civic potential of memes and hashtags in the lives of young people. *Discourse: Studies in the Cultural Politics of Education*, 41, 5, 762–781 [in English].
9. Milner, R. M. (2016). The world made meme: Public conversations and participatory media. Cambridge, MA : MIT Press [in English].
10. Miller, E. (2022). Here Are The Best Memes From The War In Ukraine. Retrieved from <https://coffeordie.com/ukraine-war-memes/> [in English].

Стаття надійшла до редакції 25.05.2022.

Received 25.05.2022.

---

**Cherniavska L. Transformation of MediaReality in the Conditions of War in Ukraine**

**The purpose** of the study - characterization of the meme as one of the visual images of the media reality, which takes part in its formation in the conditions of war.

**Research methodology.** Methods of systematization, analysis and synthesis, interpretation were used to study modern trends in the development of media reality during the war in the country on the example of one of its visual images. The review of scholars' researches of memes' creation technologies and their role in creation of media space was made. Memes created during the first two months of the Russian war against Ukraine in the English-language discourse and in the Ukrainian media space are analyzed.

**Results.** The analysis of scientific literature made it possible to identify three main types of memes according to the structure and participation of media components in the formation of a meme, the principles of the humorous in memes are considered, and the means of the comic in memes are outlined. Memes have become mediaformations that have made it possible to identify reactions to the events of Russian aggression in Ukraine and trace their main themes in the English-language discourse and the Ukrainian media space.

In the early days of the war, ordinary American and European users, in order to demonstrate their support for Ukraine, began to create memes and distribute reviews of memes about Russian aggression against Ukraine. English-speaking users noted the need to resist Russian propaganda, which put forward its information front not only against Ukraine, but also the entire civilized world. The task of the meme was to reproduce the media reality not disfigured by Russian messages.

The task of Ukrainian memes was to support Ukrainians, glorify warriors and ordinary Ukrainians who showed courage and determination in confronting Russian aggression.

**Novelty.** Memocreation is a powerful tool for creating mediareality and in modern conditions, entertainment content has strengthened its function of responding to current events. The English-language discourse presents broad support for Ukraine in the situation of Russia's collective aggression through memorability. Ukrainian-language media discourse actively uses humor tools to combat Russian information aggression.

**Practical significance.** The results of the research can be used in the process of studying courses on communication, formation of media reality in the specialties «Journalism», «Advertising and Public Relations», «Information Business», as well as media practitioners in matters of interaction with the audience.

**Key words:** mediareality, visual image, meme, media content, media space, meme creation, entertainment content, theory of generations.

**Czerniawska L. Transformacja rzeczywistości medialnej w warunkach wojny w Ukrainie**

**Cel badania** – scharakteryzować mem jako jeden z wizualnych obrazów rzeczywistości medialnej, biorącego udział w jej formowaniu w warunkach wojny.

**Metodologia badania.** Dla badania nowoczesnych tendencji rozwoju rzeczywistości medialnej w warunkach wojny w kraju na przykładzie jednego z jej wizualnych obrazów wykorzystano metody systematyzacji, analizy i syntezy, interpretacji. Dokonano przeglądu badań naukowych technologii stworzenia memów i ich roli stworzenia przestrzeni medialnej. Przeanalizowano memy, które zostały stworzone w ciągu pierwszych dwóch miesięcy wojny Rosji z Ukrainą w anglojęzycznym dyskursie oraz w ukraińskiej przestrzeni medialnej.

**Wyniki.** Analiza literatury naukowej pozwoliła na wyodrębnienie trzech głównych typów memów ze względu na strukturę i udział elementów medialnych w ich formowaniu, rozpatrzono zasady humorystyczne w memach i określono w nich środki komizmu. Memy stały się utworami medialnymi, które utworzyły możliwość zidentyfikować reakcję na wydarzenia agresji rosyjskiej w Ukrainie, odnaleziono ich główną tematykę w anglojęzycznym dyskursie i w ukraińskiej przestrzeni medialnej.

Na początku wojny zwykli amerykańscy i europejscy użytkownicy zaczęli tworzyć memy i rozpowszechniać odpowiednie recenzje o rosyjskiej agresji w Ukrainie. Anglojęzyczni użytkownicy zwrócili uwagę na konieczność przeciwstawienia rosyjskiej propagandzie, która wysunęła swój front informacyjny nie tylko przeciwko Ukrainie, ale także całemu światu cywilizowanemu. Zadaniem memów było odtwarzanie rzeczywistości medialnej nie stworzonej przez przekazy rosyjskie.

Zadaniem memów ukraińskich było wsparcie Ukraińców, wychwalanie żołnierzy oraz zwykłych Ukraińców, którzy wykazali swoją odwagę i postanowienie w sprzeciwianiu się agresji rosyjskiej.

**Nowość.** Udowodniono, że memo twórczość jest potężnym narzędziem stworzenia rzeczywistości medialnej i w nowoczesnych warunkach content rozrywkowy wzmocnił swoją funkcję reagowania na aktualne wydarzenia. Dyskurs anglojęzyczny przedstawia szerokie wsparcie Ukrainy w sytuacji zbrojnej agresji Federacji Rosyjskiej w tym też poprzez memo twórczość. Ukraińskojęzyczny dyskurs medialny aktywnie wykorzystuje narzędzia humorystyczne w celu walki z rosyjską agresją informacyjną.

**Znaczenie praktyczne.** Wyniki badania mogą być wykorzystane w procesie studiowania na kierunkach z pytań komunikacji, formowania rzeczywistości medialnej specjalności: «Dziennikarstwo», «Reklama i Public Relations», «Sprawa Informacyjna», a także mogą być wykorzystane przez mediowców-praktyków w kwestiach oddziaływania z odbiorcami.

**Słowa kluczowe:** rzeczywistość medialna, obraz wizualny, mem, content medialny, przestrzeń medialna, memo twórczość, content rozrywkowy, teoria pokoleń.