



УДК 811.111'1'373.2
DOI 10.35433/philology. 2 (100).2023.171-183

ОНІМНІ МЕМИ ЧАСІВ ПАНДЕМІЇ

О. Ю. Карпенко*, В. Ю. Неклесова, М. Ю. Карпенко***, Г. В. Ткаченко*****

Статтю присвячено аналізу функціонування власних назв у мемному контексті. Власні назви – органічна частина культурного фону, бо в кожному культурному явищі сучасного життя віддзеркалюється онімний ландшафт суспільства. Напрямо дослідження – власні назви в мемоплексах, які відображають реакцію суспільства під час глобальної пандемії. Мем – це частина інформації, яка передається суспільними каналами, її вирізняють стислість та стрімке поширення. Культурна спадщина як одиниця інформації має більше охоплення та вкоріненість, якщо вона функціонує як мем. Мем – самостійна окрема одиниця культури, яка визначається колективно самими носіями мови. Глобальна пандемія Covid-19 – один із найбільших культурних феноменів останнього століття. Глобальність передається використанням візуальних та смислових кодів поп-культури, зрозумілої для багатьох користувачів. Отже, у площині інтернет-мемів онімні ландшафти різних країн збігаються через процеси всесвітньої культурної та соціальної інтеграції. Багатошаровість мемів відбивається в їх здатності абсорбувати, кодифікувати, реконтекстуалізувати власні назви, які самі по собі мають меметичний характер і тягнуть за собою цілий різнобарвний інформаційний пласт. Різні розряди онімів використовують у творенні мемів, тож їхній аналіз видається актуальним і становить мету пропонованої розвідки. Об'єктом дослідження послуговували мему часів пандемії коронавірусу, предметом – власне їх онімні компоненти. Як

* доктор філологічних наук,
завідувач кафедри граматики англійської мови
(Одеський національний університет імені І.І.Мечникова),
elena_karpenko@ukr.net
ORCID: 0000-0001-5576-6781

** доктор філологічних наук,
завідувач кафедри англійської мови природничих факультетів
(Одеський національний університет імені І. І. Мечникова),
neklesova.valerie@gmail.com
ORCID: 0000-0002-2376-2986

*** кандидат філологічних наук,
доцент кафедри граматики англійської мови
(Одеський національний університет імені І. І. Мечникова),
m.yu.karpenko@gmail.com
ORCID: 0000-0003-0308-5284

*** кандидат філологічних наук,
доцент кафедри англійської мови природничих факультетів
(Одеський національний університет імені І. І. Мечникова),
anntkachenko1@gmail.com
ORCID: 0000-0003-0274-8752

матеріал дослідження було використано теми вказаної тематичної спрямованості різними мовами, які містять оніми. З огляду на велику кількість мемів та їх варіантів обрано шлях дослідження мемутичних трендів. У результаті проведеного дослідження було встановлено, що в процесі мемутворення на пандемічну тематику брали участь майже всі розряди онімів. Зафіксовано використання одинадцяти розрядів власних назв, які включають ергоніми, антропоніми, міфоніми, теоніми, космоніми, хрононіми, топоніми, ідеоніми, гастроніми, зооніми, фітоніми. За поширеністю мемутизації перші місця посідають ергоніми й антропоніми. Наявність антропонімів є цілком логічною, адже це найпоширеніший та найбільш впливовий клас онімів. Велику кількість ергонімів у пандемічній картині світу можемо пояснити також їхньою вагою в житті суспільства. Отже, цілком можливо, що ергоніми можуть посісти місце одного з центральних розрядів онімів поряд з антропонімами та топонімами. Трапляються поодинокі випадки гастронімів, зоонімів і фітонімів. Таку кількість ми пояснюємо їх реальним периферійним місцем у картині світу й у народній мемутворчості.

Ключові слова: мем, онім, онімний компонент, розряд, пандемія.

ONYMIC MEMES IN THE PANDEMIC TIMES

Karpenko O. Yu., Neklesova V. Yu., Karpenko M. Yu., Tkachenko A. V.

The article analyses the functioning of proper names in the meme context. Proper names are an organic part of the cultural background, because the onymic landscape of society is reflected in every cultural phenomenon of modern life. The direction of the research is proper names in memplexes, which reflect the reaction of the society during the global pandemic. A meme is a piece of information transmitted through social channels, characterized by its brevity and rapid spread. Cultural heritage as a unit of information has more coverage and roots if it functions as a meme. A meme is an independent, separate unit of culture that is defined collectively by the speakers themselves. The global Covid-19 pandemic is one of the biggest cultural phenomena of the last century. Globality is conveyed through the use of visual and semantic codes of pop culture that are comprehensible to many users. So, regarding the Internet memes, onymic landscapes of different countries coincide due to the processes of worldwide cultural and social integration. The multi-layeredness of memes is reflected in their ability to absorb, codify, and recontextualize proper names, which in themselves have a memetic character and entail a whole colorful layer of information. Different categories of onyms are used in the creation of memes, so their analysis seems relevant and constitutes the purpose of this investigation. Memes from the time of the coronavirus pandemic served as the object of the research, and their onymic components were the subject. As the research material, memes of this thematic focus in different languages containing onyms were used. Due to a significant number of memes and their variants, the research of memetic trends was chosen. The conducted research established that almost all categories of proper names participated in the process of creating memes on pandemic topics. The use of eleven classes of proper names was recorded, which include ergonyms, anthroponyms, mythonyms, theonyms, cosmonyms, chrononyms, toponyms, ideonyms, gastronyms, zoonyms, phytonyms. According to the prevalence of memetization, the first places are occupied by ergonyms and anthroponyms. The presence of anthroponyms is quite logical, because this is the most common and most influential class of onyms. A large number of ergonyms in the pandemic picture of the world can also be explained by their importance in the life of the society. So, it is quite possible that ergonyms can take the place of one of the central categories of onyms, along with anthroponyms and toponyms. There are isolated cases of gastronyms, zoonyms and phytonyms. We explain such a number by their real peripheral place in the picture of the world and, thus, in people's meme creation.

Keywords: meme, onym, onymic component, class, pandemic.

Постановка наукової проблеми.

Наш науковий пошук сконцентовано на аналізі функціонування власних назв у мемному контексті. Власні назви – органічна частина нашого культурного фону, бо в кожному культурному явищі сучасного життя віддзеркалюється

онімний ландшафт суспільства. Напрямок нашого дослідження – власні назви в мемоплексах, які відображають реакцію суспільства під час глобальної пандемії.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Останнім часом під терміном **мем** мають на увазі **інтернет-**

мем. Найчастіше його представлено графічним зображенням, фото або коротким відео. Його основними характеристиками є швидка поширюваність та широке коло користувачів, які передають його через свої власні уподобання. Існує думка, що мем – це "одиниця інформації, об'єкт, що придбав популярність у середовищі інформаційних технологій" [4: 115]. Найчастіше інтернет-меми представлені як соціальну ідею, яку реалізовано візуально (світлиною, малюнком, відео), що поширюються за допомогою копіювання.

Л. Шифман пропонує визначати інтернет-мем як групу цифрових повідомлень, що: а) розділяють загальні характеристики змісту, форми та/або позиції; б) були створені з осмисленням та розумінням інших мемів; в) циркулювали, були імітовані, та/або трансформовані в Інтернеті за допомогою багатьох користувачів [17: 7–8]. Таке визначення допомагає аналізувати інтернет-меми як соціально створені публічні дискурси, де різноманітні меметичні варіанти є виразниками різних думок та перспектив досвіду.

На думку Р. Мілнера, інтернет-мем – це дискурсивний артефакт, що поширюється опосередкованими культурними учасниками, які переміщують та трансформують його частини, балансує між знайомим та чужим. Мем є універсальним і водночас винятковим аматорським медійним артефактом [13: III]. Отже, меми – це один із засобів перероблення, трансформації вкорінених та сталих або добре впізнаваних культурних текстів у нових формах та комбінаціях.

Отже, на нашу думку, **мем** – це частина інформації, яка передається суспільними каналами, її вирізняють стислість та стрімке поширення. Культурна спадщина як одиниця інформації має більше охоплення та вкоріненість, якщо вона функціонує як мем. Мем – самостійна окрема одиниця культури, яку колективно визначають самі носії мови.

Глобальна пандемія Covid-19, без сумніву, – один із найбільших культурних феноменів останнього століття. Її наслідки та уроки нам ще належить вивчити та дослідити. Учені вже почали осмислювати дію пандемійної реальності в багатьох студіях, які присвячені впливу пандемії та карантинних заходів на життя суспільства. Багато дослідників відзначають, що суспільство здебільшого зреагувало креативом та гумором [5; 6; 7; 9; 10; 11; 14; 15; 16; 20; 22]. Однак серед відповідних студій немає таких, які б вивчали онімний мемний ландшафт у 2020-2022 роках. Глобальність передають через використання візуальних та смисленневих кодів поп-культури, зрозумілої для багатьох користувачів. Отже, у площині інтернет-мемів онімні ландшафти різних країн збігаються через процеси всесвітньої культурної та соціальної інтеграції.

Меми зазвичай складаються з різних елементів: це може бути просто відома фраза, візуальна презентація, звуковий супровід або їх різноманітні поєднання, які створюють неочікуваний, на перший погляд, неповторний ефект. Зазначимо, що "використання популярних зображень як невербального елемента сприяє швидшому розшифруванню повідомлення" [8: 45], проте "адресати повинні вдаватися до більш глибокої частини своїх знань, що насправді робить декодування мему більш складним та цікавим водночас" [8: 46]. Певний бріколаж різних елементів в межах одного мему одночасно потребує актуалізувати низку шарів тезаурусу адресата, звести ці знання в єдине ціле та успішно декодифікувати отриману інформацію. Скажімо, під час сприйняття мему "Coronaviruses trying to enter my body. My daily apple" в ментальний простір адресата надходять чотири елементи – два зображення й дві фрази. Для його повного розуміння потрібно об'єднати інформацію про кадри з героями серіалу "The Witcher", який вийшов наприкінці 2019 року, про персональні якості зображуваних персонажів, зокрема Геральта з Рівії у

виконанні Генрі Кавілла, про прислів'я "An apple a day keeps the doctor away" та його значення, про пандемію як таку з розповсюдженням вірусів та необхідністю ізоляції, яка поєднується з усамітненням удома й поширеною розвагою – переглядом фільмів. За наявності всіх цих знань та їх одномоментної актуалізації мем буде якісно декодовано, хоча "якщо елементи, що беруть участь у створенні мему, є занадто специфічними для культури, ... їх зрозуміє лише обмежена кількість адресатів, які знайомі з джерелом культури" [8: 46].

У процесі утворення мему відомі тексти отримують новий сенс, бо вони "реконтекстуалізують інші попередньо наявні тексти, які спочатку здаються невідповідними до основних подій, про які йдеться, але стають актуальними в процесі творіння гумору" [21: 172], створюючи ефект неправдивого очікування. Наприклад, традиційне вітання на Різдво "Merry Christmas. **STAY SAFE AND ENJOY**" набуває незвичного сенсу в незвичному контексті, а саме в супроводі зображення Санта Клауса в медичній масці. До того додається пандемічний заклик "stay safe" ("залишайтеся в безпеці"), що повністю реконтекстуалізує святкове вітання.

Мета дослідження. Багатошаровість мемів відбивається в їх здатності абсорбувати, кодифікувати, реконтекстуалізувати власні назви, які самі по собі мають меметичний характер і тягнуть за собою цілий різнобарвний інформаційний пласт. Різні розряди онімів використовують у творенні мемів, тож їх аналіз видається актуальним і становить **мету** нашої розвідки. **Об'єктом** дослідження послуговували мему часів пандемії коронавірусу, **предметом** – власне їхні онімні компоненти. Як **матеріал дослідження** було використано мему вказаної тематичної спрямованості різними мовами, які містять оніми. З огляду на велику кількість мемів та їх варіантів ми обрали шлях дослідження меметичних трендів. Корпус дослідження поповнювали з інтернет-

джерел: соціальних мереж, ЗМІ, бібліотек мемів.

Виклад основного матеріалу дослідження з обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Функціонування власних назв у мемах може мати різну спрямованість: по-перше, оніми можуть використовувати в прямих значеннях, по-друге, може відбуватися процес трансонімізації, по-третє, власні назви можуть втрачати свою первинну функцію ідентифікації унікального об'єкта й деонімізуватися, по-четверте, загальні назви можуть перетворюватися на власні, тобто онімізуватися. За походженням онімного компонента мемів їх можна розподілити на кілька груп: відантропонімні, відміфонімні, відтеонімні, відзоонімні, відергонімні, відгастронімні, відідеонімні, відхрононімні, відтопонімні, відкосмонімні, відфітонімні.

Відантропонімні мему включають до свого складу насамперед власні назви реальних людей, наприклад, поширений мем зі світлиною відомого кінорежисера Квентіна Тарантіно та підписом "Quentin **Quarantino**", де прізвище обіграно зливанням в оказіональне утворення двох компонентів: **quarantine** + **Tarantino**. В іншому мемі, де зображено палатку для дезінфекції (tent), обіграно за допомогою метатези як ім'я, так і прізвище цієї персони "**Tentin Quarantino**".

Назвичайно популярними є мему про Ілона Маска завдяки омонімічності його прізвища та найбільш поширеного атрибуту пандемії – маски: **Musk** та **mask**, тому його зображення в медичній масці підписують "Elon **Mask**", "Выходя из дома, помни о **Маске**", "Илон Носи **Маск**".

Значно частіше в мемах використано нереальні персонажі та їх іменування. Зокрема, відомий вислів на день Святого Валентина "Be my **Valentine**" в мемах на основі мультфільму "Shrek" ("Шрек") перетворюється на "Will you be my **Quarantine**?", тобто схожі графічні формі імені **Valentine** та медичного терміна **quarantine** імітують їх співзвучність та уможливають таку

заміну сталого вислову зі збереженням розуміння обох сенсів.

Онімні компоненти в мемах епохи пандемії можуть отримувати неочікуваний контекст, що призводить до гумористичного ефекту, як це відбувається з найменням героїні грецької міфології Пандори: "With a sigh, **Pandora** opened her laptop for yet another zoom meeting that could've been handled with email". Зрозуміло, що ноутбук Пандори має форму скриньки. Тут ми бачимо поєднання класичного, позачасового контексту з найактуальнішими подіями.

Антропонімні компоненти мемів іноді створено завдяки антропонімізації загальних іменників чи трансонімізації інших розрядів власних назв, як спостерігаємо це в мемі "I don't always date a **Diva**. But when I do, I make sure she's a **Delta**", де аітеровано саме такі елементи. Схожу картину бачимо в підписі до світлини двох жінок, яких поіменовано за реальним та вигаданим різновидами коронавірусу: "CDC **Omicron. Deltacron**. Social media seeing a new variant trend in 2022" або на зображенні смерті з дитинкою в обіймах: "**Omicron**. There goes daddy... Vaccine hoarding".

Проте на візуальній складовій мему можуть бути зображені й віртуальні персонажі, наприклад, із кінофільмів. Наприклад, уявний діалог Гендальфа та Теодена, персонажів із фільму "The Lord of the Rings" ("Володар пернів"), яких номіновано COVID-19 та ВАКЦИНА, має такий вигляд: "**COVID-19** [Гендальф]: – Я

зруйную цей організм! **ВАКЦИНА** [Теоден]: – У тебе немає тут влади!", тобто тут відбулася онімізація медичних термінів. Таке саме спостерігаємо в мемі, на якому зображено спілкування персонажів із двох відомих фільмів жахів "Joker" ("Джокер") та "It" ("Воно"): "**Delta Variant** showing **Omicron** around the workplace".

Популярні віртуальні персонажі та відповідні макрозображення (зображення, в основі яких є певний шаблон) стають основою великої кількості мемів. Це стосується здебільшого героїв популярних фільмів, наприклад, кадру з фільму "Back to the Future" ("Назад у майбутнє") з діалогом головних героїв: "**MARTY**, **WHATEVER HAPPENS DON'T EVER GO TO 2020**", чи з серіалу "The Big Bang Theory" ("Теорія великого вибуху"): "**ALL OF A SUDDEN EVERYBODY HAS BECOME SHELDON**".

Варто зазначити, що віртуальні персонажі, яких часто зображують у мемах, не завжди є людьми, а швидше міфічними, фантастичними, переважно неантропоморфними істотами, тобто вважаємо за доцільне виокремити мемі з **міфонімними** компонентами, які базуються на власних назвах будь-яких видуманих об'єктів онімного простору [2: 122]. Прикладами саме таких мемів є зображення вірусів із відповідними підписами: "**Omicron. Delta** comes back. **Deltacron**" чи надання вірусові титулу, що імітує королівський та нагадує про подібний титул персонажа серіалу "Game of Thrones" ("Гра престолів") Дейнеріс Таргарієн. Порівняймо:

Daenerys Targaryen	Deltacron
Daenerys of the House Targaryen, the First of Her Name, Princess of Dragonstone, The Unburnt Queen of Meereen, Queen of the Andals, the Rhoynar and the First Men, Protector of the Seven Kingdoms, Khaleesi of the Great Grass Sea, Breaker of Shackles, Mother of Dragons	DELTACRON OF HOUSE CORONA , THE FIRST OF HER NAME, QUEEN OF THE VARIANTS AND THE FIRST VIRUS , PROTECTOR OF THE SEVEN SEAS, THE MOTHER OF STRAINS, THE OMICRON OF THE GREAT DELTA SEA, THE UNVAXED , THE BREAKER OF LOCKDOWNS

Віруси, зображені на мемах, набувають антропоморфних рис, зокрема, здатність розмовляти, як у наступних прикладах: "**COVID: OMICRON NOW ITS MY TURN – COVID: DELTA NOOO, I M NOT DONE INFECTING THE HUMANS...**"; "**Corona virus: My vision is not to KILL people per se, but to raise awareness around access to public health! – The Black Death: F****ing millennials**".

Відтеонімні компоненти мемів переважно базуються на використанні варіантів номінацій Бога та диявола, наприклад, "ТА НЕ ГОНИ! Я ПРОСТО КАШЛЯНУЛА... – БЕРЕЖЕНОГО БОГ БЕРЕЖЕ!", "**Jesus is my ventilator**". Контекст мемів призводить до гумористичного або навіть саркастичного використання цієї власної назви на кшталт "**Бог** у кінці 2020: Це був пранк, бро, камера он там" чи "Humans: Please **God** let 2021-2022 be a good one. **God**: You guys are still alive?". Специфічна контекстуалізація досліджуваного теоніма створюється в мемі на основі фрески Леонардо Да Вінчі "Таємна вечеря": "I DON'T CARE WHO YOUR **DAD** IS. THIS IS AN ILLEGAL COVID GATHERING".

Загальна вага імені Бога дає змогу абсурдизувати ситуацію, як це відбувається в мемі "COVID has killed 1.6M people in the world and you are alive. Use a few seconds to thank **God**. – thanks **god**. Thanks for killing 1.6 million people", чи створити яскравий гумористичний ефект поєднанням картини туалетного паперу з підписом "Will you please listen? I am not the **messiah**. Low IQ people. HE IS THE **MESSIAH!**".

Поєднання імен Бога та диявола в одному мемі уможливає створення певної антитези, прикладом чого може послугувати наступний мем: "Hello Friends, this is **Satan**. I'm here to remind you that plagues, great floods and pandemics are **god's** department. I just do orgies and metal bands". Поєднання також і зображень цих двох надприродних сутностей посилює такий ефект: "Создатель **COVID-19** /

Чувак, придумавший "**Найз**". Тут зображено армрестлінг диявола й Бога як осіб, що створили вірус і ліки до нього відповідно, перифраз чого й виступає їх номінаціями.

Наймення диявола також широко використано в мемах часів пандемії, наприклад: "От, дідько!", "People thought the **devil** was bad. THIS IS WORSE"; "I said I'm not contagious! – and I said get thee behind me **Satan!**"; "The covid kiss of death. **Satan** approved this message". Знаходимо приклади, де використано різні номінації цієї надприродної сутності: "Today the **devil** whispered in my ear, "you are not strong enough to withstand the storm." I whispered "6 feet back **satan**". Крім того, інколи вибудовуються оказіоналізми з відповідними кореневими морфемами: "ОНЛАЙН-ТЕСТ. ЧИ ЗАГРОЖУЄ ВАМ COVID-19? Ви надсилаєте іншим голосові повідомлення? Так → Вхопить **ковідька** тебе за сраку! → Ні, я молодець" – тут об'єднано морфем **ковід** + **дідько**; "What the – Oh. Hand **satanizer**" – в даному випадку оказіоналізм утворено з формантів **satan** + **sanitizer**.

Також антропоморфізується Смерть у звичайному втіленні скелета в чорному вбранні з косою на ім'я **the Grim Reaper**, отримуючи при цьому різні номінації: "State neglect is **the Grim Reaper** by our deathbed", "OK, relax New Zealand, looking great...Right can I get you all to bunch up? Tht's it, nice and tight... Right I'll just set the timer and jump in there with you. **COVID-19**", "**Coronavirus**: your turn. **Economic collapse. Poverty**", "Anti-vaxxer – **Covid**", "**Climate Change**: Who's your agent, kid? **Covid 19**".

З усього океану мемів було вилучено також ті, що містять найменування мексиканської богині смерті **Santa Muerte**: "**Santa Muerte**. Protección contra **CORONAVIRUS**", "**LA SANTA MUERTE** ANDA AN EN LA PLAYA ADVIRTIENDO EL PELIGRO. DEL **COVID-19**".

Доволі численними є мемі з **відергонімним** компонентом.

Передбачувано, що назву пива **Corona**, повний омонім до побутової назви вірусу, використано в мемах найчастіше, наприклад: "you said you were sick! – No, I said I have a case of **Corona**"; "Back in the 80s, getting sick from **Corona**.... Was called a hangover"; "First Mexican victim of **Corona Virus**"; "**Corona** beer changes their name to avoid association with the coronavirus outbreak. **Ebola Extra**". Другим відомим ергонімом, який збігається з назвою штаму вірусу, є авіалінії **Delta**: "we love hypocrisy and it shows. **DELTA VARIANT AIR LINES**". Гумористичний ефект значно посилюється завдяки комбінації цих двох власних назв, як, наприклад, у діалогах: "**Delta** Air Lines. **Corona**. First time?"; "**Delta** Airlines calling **Corona** Beer Co. 'How did you guys get through this ?!!!". Зрозуміло, що цими двома назвами меметизовані ергоніми не обмежуються, бо існує певна кількість аналогічних денотатів, проте їх кількість обмежена, як це спостерігаємо в каліфорнійському коледжі **San Joaquin Delta College**: "**Delta** College. E learning. NO GOD PLEASE NOOOOOOOOOO".

Маємо відзначити, що популярні ергоніми на кшталт відомих кафе швидкого харчування, які аж ніяк не омонімізуються з пандемічними термінами, меметизуються досить часто: "I'M JUST HERE FOR **MCDONALDS**"; "IT'S JUST BECAUSE YOU LOVES TO EAT AT **MCDONALD** IT DOESN'T MEAN YOU HAVE A GOOD IMMUNE SYSTEM THAT YOU'LL NOT BE INFECTED BY ANY VIRUS. UNVEILED SECRETS AND MESSAGES OF LIGHT"; "FINDING OUT **MCDONALDS** IS CLOSED. FINDING OUT **BURGER KING** IS CLOSED. THANKS COVID-19".

Оказіональні утворення, які складаються зі злиття кореневих морфем **quarantine** + **martini**, використано в багатьох мемах на кшталт "Make yourself a **QUARANTINI**"; "**QUARANTINI** Just a regular Martini, but you drink it all alone in your house". Таке саме okazіональне слово-портмоне утворилося в підписі до відомого сорту шоколаду "Аленка" – "**удАленка**", бо

дистанційні навчання та робота стали невід'ємним атрибутом часів пандемії. Це призвело до експоненціального зросту використання відповідних методів комунікації, зокрема спеціальної програми для організації відеоконференцій "Zoom", що віддзеркалилося в численних мемах, наприклад: "**ZOOMи** МОЇ, **ZOOMи**, ЛИХО МЕНІ З ВАМИ! НАЩО СТАЛИ В МОНИТОРІ СУМНИМИ РЯДАМИ?..", що є перекрученням віршу Т.Шевченка "Думи мої, думи мої, Лихо мені з вами! Нащо стали на папері. Сумними рядами?..", чи "No **zoomy-zoom** on the slicky-slick. Or you go boomy-boom in the ditchy-ditch and have to wait for a towy-tow in the cold snowy-snow".

Імовірно, одним із найвідоміших зображень у світі є "Темна вечір" – фреска італійського художника Леонардо да Вінчі, яку використовують у численних мемах, присвячених зум-конференціям, проте власне назва програми не завжди вживана, хоча зображення чітко на неї вказує. Наведемо кілька прикладів: "The upper **zoom**", "OK, OK, HELLO EVERYONE. JUDAS YOU ON?", "Alright, does everyone have sound?", "CANCELLED". Одна з яскравих ілюстрацій містить зображення Джона Траволти з фільму "Pulp Fiction" ("Кримінальне читиво") у поєднанні з іншим ергонімом на позначення децентралізованого реєстру й ринку для створення, обміну та збору доведено рідкісних цифрових активів, тобто мемів: "**The Meme Factory**™ does not exist!".

Ергонімні компоненти інколи персоніфікуються, бо набувають властивостей людини. Зокрема, **The World Health Organization** може випустити пісів із карантину, як у пісні (<https://www.youtube.com/watch?v=ojULkWEUsPs>): "The World Health Organization has announced that dogs cannot contract Covid-19. Dogs previously held in quarantine can now be released. To be clear, **WHO** let the dogs out", а персональний помічник на айфоні **Siri** отримує можливість харчуватися: "Після третього

протирання айфона спиртом, **Siri** попросила сала з хлібом та квашеного огірка".

Відхрононімні складові мемів можуть базуватися на назвах реальних подій чи часових відрізків, наприклад, дат чи свят: "My **4th of July** plans. **2020**"; "13: I am the unluckiest number. 666: No, I am, I represent the devil. What was that, punk? **2020: AMATEURS**"; "**Великдень 2020**. Карантин! Виходити заборонено!"; "Всім привіт, поганий зв'язок, Бога немає, але може почнемо? **Великдень вдома**"; "COVID **CHRISTMAS** LOCKDOWN"; "WHAT CORONAVIRUS **CHRISTMAS** WILL LOOK LIKE IN 2020"; "SANTA HAS COVID-19 SO **CHRISTMAS** IS CANCELLED".

Є ціла колекція мемів, де зіставляються дві дати – 1 березня 2020 року та 1 березня 2021 року, тобто в гумористичному ключі наведено підсумки року пандемії з усіма наслідками такого способу життя: надмірним харчуванням, зайвою вагою, віддаленими роботами та навчанням, ізоляцією, дистанціюванням, ускладненим доступом до косметичних та перукарських послуг тощо [12].

Хрононімні компоненти іноді мають спотворений вигляд, тобто утворюються okazionalizmi, які легко декодувати: "28 марта – День Святого **Карантина**. В этот день мужчины и женщины ищут себе пару на 14 дней и дарят друг другу **карантинки**" (**Валентин** + **карантин**); "Me rationing my last roll of toilet paper since people are hoarding it like the **poorapocalypse** is upon us..."; чи колекція мемів "The **Corona-pocalypse**" (**Coronavirus** + **Apocalypse**) [19].

Уявні хрононіми також було вилучено із зібраного матеріалу на кшталт назв сезонів "When it's **Omicron season** but you still have your **Delta** decorations up", або ж війни "Grandpa, tell us a story about the olden days. – Back before **the Great Toilet Paper War of 2020** we had so much toilet paper we used to hang it off the houses and trees of our enemies".

Відтопонімні компоненти мемів є не надто поширеними, проте спостерігаємо тут як кілька загальних тенденцій меметизації знакових подій, так і певні особливості, притаманні саме цьому класу мемів. Топоніми тут можуть бути використані у своєму прямому значенні, як це відбувається в мемі, що ілюструє послідовність розповсюдження коронавірусу: "**Китай. Італія. Польща. Україна**".

У процесі утворення відтопонімних мемів використовують упізнавані візуальні образи, як у низці тих, що створені на основі кадрів із фільму "300" ("300 спартанців"), де головний герой цар Леонідас у виконанні Джерарда Батлера голосно вимовляє: "This is Starta!". Топонімічний компонент цієї відомої фрази замінюється іншими: "THIS IS **DELTA**"; "**Earth** 2020: This is madness. COVID 19: This is **CORONAVIRUS!!!**"; "**ЦЕ МООООШИН!!! 5 G! ПРИДУМАНА БОЛЕЗНЬ! БІЛ ГЕЙТС! СОРОС ДЖОРДЖ! ЕКСПЕРІМЕНТИ! 8 ГЕН! НАРУШЕНІЄ ПРАВ! А ОДНА ЖЕНЩИНА В ТРАЛЕЙБУСИ РОЗКАЗУВАЛА...**".

Топонімні компоненти іноді набувають okazionalnih значень за допомогою народної етимології гумористичного спрямування, як у наступних ілюстраціях із переосмислення походження пандемічних термінів від назв районів Франції: "It's only **Quarantine** if it's the **Quarante** province of France. Otherwise it's just Sparkling Isolation", "The CDC says it's not **omicron** unless it comes from the **Omicrônne** region of France, otherwise it's just sparkling covid".

Редуплікацію мемів та їх трансформацію спостерігаємо в низці подібних зображень із варіюванням підписів, які містять покликання на китайські реалії: "The **Chinese** Coronavirus. **Kung Flu**"; "Coronavirus. COVID-19. **Kung Flu. Die Kwon Do**"; "COVID-19. **Wuhan** Coronavirus. **Wu Flu. Kung Flu. Commie** Cold"; "Coronavirus. Covid-19. **Kung Flu. Boomer doomer**"; "Coronavirus. Covid-19. **Bat soup. Boomer remover**".

Відкосмонімні мему містять власні назви небесних тіл, як це спостерігаємо в мемах, що базуються, наприклад, на кадрах з американського науково-фантастичного серіалу "Star Trek" ("Зоряний шлях"), який завдяки своїй популярності став культурним феноменом, що обіймає низку фільмів, серіалів, відеоігор, літературних творів, тобто перетворився у віртуальний всесвіт. Оскільки тематикою всіх цих творів є подорожі на інші фантастичні планети, їхні власні назви часто вживаються, зокрема, **Omicron Ceti III** – заселена третя планета системи the **Omicron Ceti** of the Alpha Quadrant, або **Omicron Theta** (Kiron III) – третя планета системи Kiron.

Історично омікрон є назвою п'ятнадцятої літери грецької абетки "маленьке о" (на відміну від омеги – "великого о"), яку досить часто використовують як індекс, прикладом чого є медичний термін на позначення різновиду вірусу SARS-CoV-2 **Omicron variant**. В астрономії зірки в сузір'ї впорядковані від найяскравішої до найтьмянішої, причому найяскравіша отримує назву "альфа", друга за яскравістю "бета" й так далі. Є багато прикладів використання цієї системи номінації в реальній космонімії, наприклад: **Omicron Andromedae** – п'ятнадцята за яскравістю зірка в сузір'ї Андромеди, чи **Omicron Aquarii**, або ж Kai Uh, від китайської "First Star of the Roof". Найвідоміший з усіх реальних космічних Омівронів – це **Omicron Ceti** з сузір'я Cetus, яку Й. Гевеліус у 1662 році прозвав Mira, від лат. "чудесна", через постійну змінність ступеню її яскравості [18].

У відповідних мемах містяться кадри з капітаном Кірком, який волає: "**OMICRON!!!**", або "IT'S NOT **OMICRON... IT'S "OH MY...KHAN!**". В іншому мемі герой серіалу сміється: "People who watch Star Trek listening to everyone else pronounce **Omicron**". Один із мемів містить діалог героїв: "Spock, how did they catalogue the serial pandemic viruses on old Earth? – Badly, Captain; strangely **Omicron** and **Delta**

are an anagram of "Media Control"!". Тут саркастично вказано на людей, які заперечували існування пандемії, вважаючи, що це лише паніка в медіа. В іншому презентовано такий діалог героїв серіалу: "Why are you two wearing masks? – we've arrived at the **Delta variant**. – It's **Delta** quadrant. – Merde". Тут гумористично обіграно помилку між космонімом та назвою варіанта коронавірусу.

Цікавими видаються мему з пропонуваними назвами вірусів: "Wait...**Omicron**? Like **Omicron** Persei 8? And y'all thought the jabs were to blame. Turns out it's extraterrestrial technology"; "2024: What variant are we on now? **Omicron omicron** alpha yellow daystar two seven"; "**Covid** variant **Omicron** Theta. 0% survivability rate, adversely affects Android ethical subroutines.

Популярність цих мемів призвела до того, що з'явилися кадри з іншого фільму з героєм Леонардо Ді Капріо та фразою "Everyone struggling to pronounce "**Omicron**" and Star Trek TNG fans be like".

Відідеонімні компоненти в мемах не є поширеними, проте трапляються випадки обігравання реальних чи вигаданих власних назв літературних творів, наприклад: "Мартіні **замкнУтих** предків" ("Тіні забутих предків" М. Коцюбинського), картин – "**Удаленушка**" ("Аленушка" В. Васнецова), "**CORONA** GOTHIC. "Some things are classic no matter what life throws at you" ("American Gothic" Г. Вуда), фільмів – "It's a Star Trek spec script and it's called The **Omicron Variant**", "The **Omicron Variant** sounds more like the name of an episode of Star Trek" ("Star Trek").

Відзоонімні мему містять власні назви тварин на кшталт кадру з фільму "Pirates of the Caribbean" ("Пірати Карибського моря") з командою капітана Літучого голандця "Release the **Kraken!**", де використано омонімічне до назви нового різновиду коронавірусу ім'я легендарного морського монстра, імовірно, гігантського восьминога, відомого з

норвезьких міфів з 18 ст. Інший поширений мем із таким приписом базується на кадрі з фільму "Clash of the Titans" ("Битва титанів") та Зевсом, який віддає ту саму команду. Зазначимо, що згаданий монстр з усіма ознаками тварини є фантастичним створінням на кшталт Лох-Несського чудовиська Нессі, тобто об'єктом вивчення вже не зоології, а так званої криптозоології, тому для подібних онімів можемо запропонувати термін **криптозоонім** (д.-гр. κρυπτός + ὄνυμα).

До мемів із **відгастронімним** компонентом віднесемо два приклади, у яких використано okazionalni назви кулінарних страв із МакДональдсу: "Do you know what they're going to call the Delta variant next week? – **Royal Delta Plus with Cheese**"; "**CORONAWOCHEN. MrPOPO. DER NEUE McNUDEL. CORONNY SPIELZEUG**". Автори мемів створили найменування страв (гастроніми) [1: 2], які, між іншим, "відображають процеси виготовлення продуктів харчування, а також – приготування, сервірування та вживання їжі" [3], базуючись на реаліях життя за часів пандемії: уживанні великого обсягу не завжди якісної їжі та логічно пов'язаному з цим інтенсивному використанні туалетного паперу. До речі, В. Зелінський пропонує класифікацію власних назв, де виокремлено рецепти та назви змішаних напоїв [23].

Було також вилучено один мем із **фітонімним** компонентом, який імітує різдвяний спів: "OH **QUARANTREE**...

OH **QUARANTREE**...". Тут сформовано okazionalnyi kompozit на позначення святкової ялинки, укритої туалетним папером, замість прикрас.

Висновки й перспективи дослідження. У результаті проведеного дослідження ми виявили, що в процесі мемовтворення на пандемічну тематику брали участь майже всі розряди онімів. Було зафіксовано використання одинадцяти розрядів власних назв, які включають ергоніми, антропоніми, міфоніми, теоніми, космоніми, хрононіми, топоніми, ідеоніми, гастроніми, зооніми, фітоніми. За поширеністю меметизації перші місця посідають ергоніми й антропоніми. Наявність антропонімів є цілком логічною, адже це найпоширеніший та найбільш впливовий клас онімів. Велика кількість ергонімів у пандемійній картині світу може також пояснюватися їхньою вагою в житті суспільства. Отже, цілком можливо, що ергоніми можуть посісти місце одного з центральних розрядів онімів поряд з антропонімами та топонімами. Трапляються поодинокі випадки гастронімів, зоонімів й фітонімів. Таку кількість ми пояснюємо їх реальним периферійним місцем у картині світу й у народній мемовтворчості. Усі інші розряди посідають проміжне місце.

Ця розвідка є першим кроком у царину мемного океану, пперспективи ономастичних розвідок ми вбачаємо в розширенні корпусу мемів з онімними компонентами та його більш ретельне вивчення.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Браницька Я. В. Гастроніми в сучасній французькій мові: когнітивно-ономасіологічний аспект: дис. ... канд. філ. наук; 10.02.05. Одеса, 2008. 199 с.
2. Бучко Д. Г., Ткачова Н. В. Словник української ономастичної термінології. Харків: Ранок-НТ, 2012. 256 с.
3. Філоненко Є. О. Відтворення англомовної гастрономічної лексики українською (на матеріалі словників та сучасної художньої прози). *Розвиток філологічних наук: європейські практики та національні перспективи*: матеріали наук. практ. конф. 2020. с. 124-127. URL: <http://dsr.univ.kiev.ua/pub/publish/194591>. (дата звернення: 10.03.2022).
4. Чемеркін С. Інтернет-мем – що це? *Культура слова*, 82. 2015. С. 113–116. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Kuls_2015_82_19. (дата звернення: 12.03.2023).

5. Abbas A., Yousof E., Kamel M., Selim S., Ahmed S., Ismail Y. Mobile apps and memes in the era of COVID-19 pandemic: Could this make quarantine more acceptable? *American Journal of Biomedical Science and Research*. 9 (4). 2020. P. 291–292.
6. Akram U., Irvine K., Allen S. F., Stevenson J. C., Ellis J. G., Drabble J. Internet memes related to the COVID-19 pandemic as a potential coping mechanism for anxiety. *Scientific reports*, 11 (1), 22305. 2021. URL: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC8590055/>. (дата звернення: 10.01.2023).
7. Bischetti L., Canal P., Bambini V. Funny but aversive: A large-scale survey of the emotional response to Covid-19 humor in the Italian population during the lockdown. *Lingua*, 249: 102963. 2021. URL: <https://psyarxiv.com/efk93/>. (дата звернення: 20.02.2023).
8. Cheshmedzhieva-Stoycheva D. Ideology and Intertextuality in Covid-19 Memes. *Cultural Perspectives-Journal for Literary and British Cultural Studies in Romania*, (27). 2022. P. 27–50.
9. Chłopicki W., Brzozowska D. Sophisticated humor against COVID-19: The Polish case. *Humor*, 34 (2). 2021. P. 201–227.
10. Dynel M. COVID-19 memes going viral: On the multiple multimodal voices behind face masks. *Discourse & Society*, 32.2. 2021. P. 175–195.
11. Flaherty M. G., Rughiniş C. Online memes and COVID-19. *Contexts*, 20 (3). 2021. P. 40–45.
12. March 1st 2020 vs March 1st 2021. URL: <https://cheezburger.com/13729797/march-2020-vs-march-2021-memes-sum-up-a-painful-year-of-pandemic>. (дата звернення: 10.01.2023).
13. Milner R. M. The world made memplex: Discourse and identity in participatory media (Doctoral dissertation, University of Kansas). 2012. URL: <https://kuscholarworks.ku.edu/handle/1808/10256>. (дата звернення: 18.02.2023).
14. Nicholls C. Online humour, cartoons, videos, memes, jokes and laughter in the epoch of the coronavirus. *Text matters: A journal of literature, theory and culture*, (10). 2020. P. 274–318.
15. Panasenko N., Morozova O., et al COVID-19 as a media-cum-language event: cognitive, communicative, and cross-cultural aspects. *Lege Artis-Language Yesterday Today Tomorrow*. 2020. P. 122–210.
16. Sebba-Elran T. A pandemic of jokes? The Israeli COVID-19 meme and the construction of a collective response to risk. *Humor*. 34 (2). 2021. P. 229–257.
17. Shifman L. Memes in digital culture. MA: MIT Press. 2013. 216 p.
18. Sutter P. M. Not all Omicrons are Scary. 2022. URL: <https://www.discovery.com/space/not-all-omicrons-are-scary/>. (дата звернення: 12.03.2023).
19. Thirty Memes To Take Into The Corona-pocalypse. URL: <https://cheezburger.com/11154949/thirty-memes-to-take-into-the-corona-pocalypse>. (дата звернення: 15.03.2023).
20. Torres-Marín J., Navarro-Carrillo G., Eid M., Carretero-Dios H. Humor styles, perceived threat, funniness of COVID-19 memes, and affective mood in the early stages of COVID-19 lockdown. *Journal of Happiness Studies*. 23 (6). 2022. P. 2541–2561.
21. Tsakona V. Tracing the trajectories of contemporary online joking. *Медіалінгвістика*. 2020. Том 7, № 2. 2020. URL: <https://dspace.spbu.ru/bitstream/11701/19333/1/169-183.pdf/>. (дата звернення: 17.02.2023).
22. Zahoor A. Linguistic humor in memes to mitigate post COVID-19 severity. *Linguistics and Literature Review* (LLR). 2020. URL:

https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3807105/.

(дата

звернення: 15.01.2023).

23. Zelinsky W. Slouching Toward a Theory of Names: A Tentative Taxonomic Fix. *Names: A Journal of Onomastics*. 50 (4). 2002. P. 243–262.

REFERENCES (TRANSLATED & TRANSLITERATED)

1. Branytska, Ya. V. (2008). *Hastronimy v suchasniy frantsuzkii movi: kohnityvno-onomasiolohichnyi aspekt* [Gastronyms in Modern French: cognitive-onomasiologic aspect]: PhD(c) thesis; 10.02.05. Odesa. 199 p. [in Ukrainian].
2. Buchko, D. G., Tkachova, N. V. (2012). *Slovnyk ukrainskoi onomastychnoi terminolohii* [Dictionary of Ukrainian onomastic terminology]. Kharkiv: Ranok-NT. 256 p. [in Ukrainian].
3. Filonenko, Ye. O. (2020). *Vidtvorennia anhlo-movnoi hastronomichnoi leksyky ukrainskoiu (na materialy slovnykiv ta suchasnoi khudozhnoi prozy)* [Reproduction of English gastronomic vocabulary in Ukrainian (on the basis of dictionaries and modern literary prose)]. *Rozvytok filolohichnykh nauk: yevropeyski praktyky ta natsionalni perspektyvy: materialy nauk. prakt. konf.* Pp. 124–127. URL: <http://dsr.univ.kiev.ua/pub/publish/194591>. (Reference date: 10.03.2022). [in Ukrainian].
4. Chemerkin, S. (2015). Internet-mem – shcho tse? [Internet meme – what is it?]. *Kultura slova*, 82. Pp. 113–116. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Kuls_2015_82_19. (Reference date: 12.03.2023). [in Ukrainian].
5. Abbas, A., Yousof, E., Kamel, M., Selim, S., Ahmed, S., & Ismail, Y. (2020). Mobile apps and memes in the era of COVID-19 pandemic: Could this make quarantine more acceptable? *American Journal of Biomedical Science and Research*. 9 (4). P. 291–292. [in English].
6. Akram, U., Irvine, K., Allen, S. F., Stevenson, J. C., Ellis, J. G., & Drabble, J. (2021). Internet memes related to the COVID-19 pandemic as a potential coping mechanism for anxiety. *Scientific reports*. 11 (1). 22305. URL: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC8590055/>. (Reference date: 10.01.2023). [in English].
7. Bischetti, L., Canal, P., Bambini V. (2021). Funny but aversive: A large-scale survey of the emotional response to Covid-19 humor in the Italian population during the lockdown. *Lingua* 249: 102963. URL: <https://psyarxiv.com/efk93/>. (Reference date: 20.02.2023). [in English].
8. Cheshmedzhieva-Stoycheva, D. (2022). Ideology and Intertextuality in Covid-19 Memes. *Cultural Perspectives-Journal for Literary and British Cultural Studies in Romania*. (27). P. 27–50. [in English].
9. Chłopicki, W., Brzozowska, D. (2021). Sophisticated humor against COVID-19: The Polish case. *Humor*. 34 (2). P. 201–227. [in English].
10. Dynel, M. (2021). COVID-19 memes going viral: On the multiple multimodal voices behind face masks. *Discourse & Society* 32.2. P. 175–195. [in English].
11. Flaherty, M. G., Rughiniş, C. (2021). Online memes and COVID-19. *Contexts*, 20(3). P. 40–45. [in English].
12. March 1st 2020 vs March 1st 2021. URL: <https://cheezburger.com/13729797/march-2020-vs-march-2021-memes-sum-up-a-painful-year-of-pandemic>. (Reference date: 10.01.2023). [in English].
13. Milner, R. M. (2012). *The world made memplex: Discourse and identity in participatory media* (Doctoral dissertation, University of Kansas). URL: <https://kuscholarworks.ku.edu/handle/1808/10256>. (Reference date: 18.02.2023). [in English].

14. Nicholls, C. (2020). Online humour, cartoons, videos, memes, jokes and laughter in the epoch of the coronavirus. *Text matters: A journal of literature, theory and culture*. (10). P. 274-318. [in English].
15. Panasenko, N., Morozova, O., Galkowski, et al (2020). COVID-19 as a media-cum-language event: cognitive, communicative, and cross-cultural aspects. *Lege Artis-Language Yesterday Today Tomorrow*. P. 122–210. [in English].
16. Sebba-Elran, T. (2021). A pandemic of jokes? The Israeli COVID-19 meme and the construction of a collective response to risk. *Humor*. 34(2). P. 229–257. [in English].
17. Shifman, L. *Memes in digital culture*. (2013). MA: MIT Press. 216 p. [in English].
18. Sutter, P. M. (2022). Not all Omicrons are Scary. <https://www.discovery.com/space/not-all-omicrons-are-scary>. (Reference date: 12.03.2023). [in English].
19. Thirty Memes To Take Into The Corona-pocalypse. URL: <https://cheezburger.com/11154949/thirty-memes-to-take-into-the-corona-pocalypse>. (Reference date: 15.03.2023). [in English].
20. Torres-Marín, J., Navarro-Carrillo, G., Eid, M., Carretero-Dios, H. (2022). Humor styles, perceived threat, funniness of COVID-19 memes, and affective mood in the early stages of COVID-19 lockdown. *Journal of Happiness Studies*. 23 (6). P. 2541–2561. [in English].
21. Tsakona, V. (2020). Tracing the trajectories of contemporary online joking. *Medialinguistics*. 7,2. URL: <https://dspace.spbu.ru/bitstream/11701/19333/1/169-183.pdf>. (Reference date: 17.02.2023). [in English].
22. Zahoor, A. (2020). Linguistic humor in memes to mitigate post COVID-19 severity. *Linguistics and Literature Review (LLR)*. URL: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3807105. (Reference date: 15.01.2023). [in English].
23. Zelinsky, W. (2002). Slouching Toward a Theory of Names: A Tentative Taxonomic Fix. *Names: A Journal of Onomastics*, 50 (4). P. 243–262. [in English].

Стаття надійшла до редколегії: 08.05.2023

Схвалено до друку: 26.05.2023