

DOI 10.31558/2519-2949.2025.2.9

УДК 32.019.51

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-6285-5707>**Корнієнко В. О., Вінницький національний технічний університет**ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-5769-7345>**Примуш М. В., Донецький національний університет імені Василя Стуса**

МЕМЕТИЗАЦІЯ ПОЛІТИЧНИХ ПАРТІЙ: ТРАНСФОРМАЦІЯ ПОЛІТИЧНОЇ КОМУНІКАЦІЇ В ЦИФРОВУ ЕПОХУ

У статті досліджується феномен меметизації політичних партій як сучасної тенденції політичної комунікації в цифрову епоху. Мета дослідження полягає в комплексному аналізі механізмів використання мемів у політичному дискурсі та оцінці їхнього впливу на трансформацію політичної комунікації. Методологічна основа дослідження поєднує контент-аналіз політичних мемів, порівняльний аналіз меметичних стратегій різних політичних сил та критичний дискурс-аналіз для вивчення наслідків меметизації для демократичних процесів. Дослідження теоретично ґрунтується на працях сучасних дослідників політичної комунікації, медіадосліджень та цифрової культури, які концептуалізують мему як одиниці культурної інформації, що поширюються через імітацію та реплікацію, набуваючи соціальної значущості. У роботі ідентифіковано кілька рівнів меметизації політичних партій: інструментальний (використання мемів як інструментів політичного маркетингу), структурний (трансформація організаційних структур під впливом мемної логіки), дискурсивний (зміна артикуляції політичних ідей через мемні формати) та ідентифікаційний (формування політичної ідентичності через створення та поширення мемів). Дослідження показує, що мему функціонують як ефективний інструмент політичної мобілізації, особливо серед молодших виборців, та сприяють демократизації політичної комунікації, знижуючи бар'єри для політичного дискурсу. Проте процес меметизації також несе ризики, включаючи надмірне спрощення політичного дискурсу, посилення поляризації та поширення дезінформації. Проведений порівняльний аналіз меметичних стратегій провідних українських партій виявляє суттєві відмінності в їхньому контенті, цільовій аудиторії, вірусності та загальній ефективності. Результати дослідження свідчать, що успішна політична меметизація вимагає автентичності, етичної відповідальності та інтеграції з іншими формами політичної комунікації. На основі дослідження розроблено практичні рекомендації щодо ефективного використання мемів у політичній комунікації.

Ключові слова: політичні мему, цифрова політика, політична комунікація, політичний маркетинг, соціальні медіа, політична участь молоді, інтернет-культура.

Постановка проблеми. Стрімкий розвиток цифрових комунікацій та соціальних мереж докорінно змінив способи політичної взаємодії в сучасному суспільстві. Одним із найпомітніших проявів цих трансформацій стала «меметизація» політичних партій – явище, за якого політичні сили активно використовують елементи інтернет-культури та мему у своїй комунікаційній стратегії або самі стають об'єктами мемів.

Мему – це культурні одиниці інформації, які поширюються від людини до людини через імітацію та реплікацію [1, с. 18]. У політичному контексті вони перетворилися на потужний інструмент формування громадської думки, мобілізації виборців та спрощення складних політичних наративів. Особливо активно цей феномен почав проявлятися під час виборчих кампаній останнього десятиліття, коли політичні партії стали свідомо інтегрувати мему у свої комунікаційні стратегії.

Актуальність дослідження меметизації політичних партій зумовлена кількома факторами. По-перше, мему стали невід'ємною частиною політичної комунікації, що потребує глибокого аналізу їхнього впливу на електоральну поведінку та демократичні процеси. По-друге, існує дефіцит комплексних досліджень, які б розглядали меметизацію як системне явище в контексті трансформації

політичної комунікації. По-третє, розуміння механізмів функціонування політичних мемів має практичну цінність для розробки ефективних комунікаційних стратегій політичних партій.

У цій статті ми прагнемо проаналізувати феномен меметизації політичних партій, визначити його ключові характеристики та оцінити потенційні наслідки для політичного дискурсу та демократичних процесів.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідження політичних мемів та їхнього впливу на політичну комунікацію стали активно розвиватися в останнє десятиліття. Основоположною працею в цій галузі є монографія Лімор Шифман «Меми в цифровій культурі» (2014), де авторка визначає меми як «одиниці культурної інформації, що поширюються від людини до людини, але поступово масштабуються до соціально значущого феномену» [1 с. 18]. Шифман пропонує розглядати меми не просто як вірусний контент, а як соціальну практику, що відображає і формує колективні сенси.

Важливий внесок у розуміння ролі мемів у політичному процесі зробив Райан Мілнер у праці «Світ інтернет-мемів» (2016), де автор аналізує, як меми функціонують як форма «вернакулярної політичної риторики» – тобто низової політичної комунікації, що часто протистоїть офіційному дискурсу [2, с. 85]. Мілнер підкреслює амбівалентну природу мемів, які можуть як підривати, так і підтримувати домінуючі політичні наративи.

Бредлі Вігінс та Г. Бауер Боуерс у праці «Меми як жанр політичної комунікації» (2019) розглядають політичні меми як особливий жанр комунікації, що має власні характеристики та функції [3]. Автори наголошують на важливості аналізу мемів не лише як текстів, але й як соціальних практик, що включають їх створення, поширення та інтерпретацію.

У науковій праці Месарио Р., Пальяван Д., Балотол Р. досліджується, як цифрові медіа — зокрема меми, вірусний контент і цифрові історії — використовуються для формування політичних наративів і мобілізації громадськості. Вони аналізують, як ці елементи впливають на політичну участь, громадянську активність і трансформацію політичної культури в цифрову епоху [4].

Автори підкреслюють, що меми та вірусний контент стали потужними інструментами політичної комунікації, здатними швидко поширювати політичні ідеї, формувати громадську думку та сприяти мобілізації. Вони також розглядають, як цифрові історії використовуються для створення емоційно насичених наративів, що резонують із широкою аудиторією та сприяють глибшому залученню громадян до політичного процесу.

Френсіс Хейліген у статті «What makes a meme successful?» визначив такі риси успішних мемів, як конкретність, простота, актуальність, інваріантність, керованість, відповідність існуючим переконанням аудиторії, однозначність, виразність, легкість, корисність, конформність тощо [5].

В українському науковому середовищі тема політичних мемів активно досліджується з різних аспектів — від лінгвістики до інформаційної безпеки та цифрової культури. О. Запорожець та Н. Белоусова аналізують, як меми стали інструментом національної єдності, сатири та психологічного спротиву під час війни [6].

Дослідниця О. Чернікова розширює розуміння феномену мему, наголошуючи на таких його властивостях, як необмеженість у часі, ситуативність і варіативність семантичного й етимологічного наповнення. У контексті семіотичної парадигми дослідниця зазначає: «особливість мему полягає у тому, що він має надмірно широкий сигніфікат (значення) і не має чіткого денотата – «словникове» значення для нього сформулювати надзвичайно важко, а ситуація, з якою він має асоціюватись, з часом розширюється і вбирає у себе нові деталі» [7].

Особливого поширення меми набули у просторі глобальної мережі «Інтернет». Інтернет-мем як комунікативний феномен може репрезентуватись через різноманітні форми: влучне слово, словосполучення, фразеологізм, фото, відео, легенда, мелодія, хештег, символ тощо. Дослідники пропонують різноманітні типології інтернет-мемів, серед яких найбільш репрезентативною є класифікація за жанровими і стилістичними особливостями: текстові меми, меми-зображення, медіадеми, креолізовані меми (поєднують візуальний і вербальний елементи), гіфки, метамеми (пов'язані з іншими мемами) [8].

У контексті інформаційного протистояння меми виступають ефективним інструментом формування когнітивних патернів, апелюючи до емоційної сфери, асоціативного мислення та мнемонічних процесів реципієнтів. Комбінуючи виразні візуальні компоненти з лаконічними вербальними конструкціями, меми створюють потужні смислові конденсати, що фіксуються у свідомості цільової аудиторії та трансформують її сприйняття дійсності. Функціональний потенціал мемів розкривається також через їхню здатність здійснювати реконфігурацію колективної пам'яті: з

одного боку, вони здатні витіснити небажані ідеологічні конструкти, а з іншого — імплементувати в масову свідомість преференційні інтерпретаційні моделі та ціннісно-оцінні настанови щодо суспільно-політичних феноменів [9].

У своїх наукових розвідках Л. Чернявська розглядає кілька актуальних проблемних аспектів: дискримінаційний компонент мем-культури [10], дискусійні питання щодо визначення авторського права в різних типологічних формах інтернет-мемів, а також розширену класифікацію характеристичних особливостей, що детермінують ефективність мемів у медіапросторі [11]. В. Неклесова формулює висновки про здатність мемів створювати комунікативні ланки між різноманітними соціальними групами [12], тоді як М. Жулінська та Н. Смоляр у своїх дослідженнях виокремили комунікативну функцію як фундаментальну для функціонування мемів [13]. Особливості гендерної тематики українських мемів в умовах російської агресії проти України стали предметом наукового аналізу Т. Храбан [14], а К. Соколова зосередила свою дослідницьку увагу на взаємозв'язку емоційної насиченості мемів із здатністю аудиторії до критичного сприйняття таких інформаційних повідомлень [15].

Проте, незважаючи на значну кількість досліджень, присвячених мемам, залишаються недостатньо вивченими питання системного впливу меметизації на трансформацію політичних партій, її довгострокових наслідків для демократичних процесів та ефективних стратегій інтеграції мемів у політичну комунікацію.

Виділення раніше недосліджених проблем. Аналіз наукової літератури виявляє кілька важливих прогалин у дослідженні феномену меметизації політичних партій:

більшість досліджень зосереджуються на використанні мемів як комунікаційної стратегії, але мало уваги приділяють тому, як меметизація змінює внутрішню організацію та функціонування політичних партій. Залишається відкритим питання про те, як систематичне використання мемів у політичній комунікації впливає на якість демократичного дискурсу, політичну культуру та електоральну поведінку в довгостроковій перспективі;

існуючі дослідження часто обмежуються аналізом окремих кейсів використання мемів у політичній комунікації, але бракує комплексної методології для оцінки їхньої ефективності в досягненні політичних цілей;

недостатньо вивченим залишається питання про те, як аудиторія впливає на стратегії меметизації політичних партій через зворотний зв'язок, співтворчість та реінтерпретацію мемів. Існує дефіцит досліджень, які б аналізували відмінності у функціонуванні та сприйнятті політичних мемів у різних культурних та національних контекстах.

Ці прогалини підкреслюють необхідність комплексного дослідження феномену меметизації політичних партій, яке б враховувало його багатовимірність та системний характер.

Мета дослідження полягає у комплексному аналізі феномену меметизації політичних партій як сучасної тенденції політичної комунікації та оцінці її впливу на трансформацію політичного дискурсу в цифрову епоху.

Для досягнення цієї мети визначено такі завдання:

1. Концептуалізувати поняття «меметизації політичних партій» та визначити його ключові характеристики.
2. Проаналізувати основні механізми використання мемів у політичній комунікації та їхній вплив на електоральну поведінку.
3. Дослідити трансформацію політичних партій під впливом процесів меметизації.
4. Оцінити потенційні ризики та переваги меметизації для демократичних процесів та політичної культури.
5. Розробити рекомендації щодо ефективного використання мемів у політичній комунікації з урахуванням етичних аспектів та якості демократичного дискурсу.

Виклад основного матеріалу. Меметизація політичних партій – це процес інтеграції елементів інтернет-культури, мемів та вірусного контенту в стратегії політичної комунікації, що супроводжується трансформацією традиційних форм політичної взаємодії. В широкому сенсі цей феномен включає два взаємопов'язані аспекти: активне використання мемів політичними акторами та перетворення самих політичних партій чи їхніх представників на об'єкти мемів.

Меметизація політики – це процес трансформації політичного дискурсу під впливом логіки функціонування інтернет-мемів, що характеризується спрощенням, емоційністю, вірусністю та партисипативністю. Як зауважує М. Заботнова, не всі політичні меми мають на меті впливати на

політичні погляди; іноді їх створюють лише для обміну інформацією, іронії чи розваги. Такі мему часто розміщують на офіційних сторінках новинних ресурсів. Отже, політичні мему — це лінгвістичні й психолінгвістичні одиниці інтернет-простору, чий зміст повністю базується на політичній тематиці. Їхнє призначення може бути різним: від інформування чи дезінформації до розваги й формування певної політичної думки у аудиторії [16, с. 33].

Погоджуємося із думкою Н. Корольової і А. Грималюк стосовно того, що використання мемів у політичній сфері стимулює громадян до більшої активності та зацікавленості різними політичними подіями, нашою метою є підтримку тих чи інших політичних сил. Цілеспрямованому створенню таких мемів властива чітко виражена ідеологічна мета – впливати на свідомість членів суспільства та залучати їх до комунікативної дискусії у віртуальному інформаційному просторі [17, с. 33].

На наш погляд, можна виділити кілька рівнів меметизації політичних партій. На інструментальному рівні відбувається використання мемів як інструментів політичного маркетингу та виборчих кампаній.

Структурний рівень передбачає трансформацію організаційної структури партій під впливом логіки функціонування мемів, зокрема створення спеціальних відділів та залучення фахівців з меметики.

На дискурсивному рівні спостерігається зміна способів артикуляції політичних ідей та програм під впливом мемного формату.

Ідентифікаційний рівень характеризується формуванням політичної ідентичності та приналежності через спільне створення та поширення мемів.

Важливо підкреслити, що меметизація не є лише технічним прийомом політичної комунікації, а відображає глибші процеси трансформації публічної сфери в умовах мережевого суспільства, коли горизонтальні зв'язки та партисипативні практики починають відігравати все більшу роль у політичному процесі.

Потрібно підкреслити особливості онлайн політичних комунікацій у контексті меметизації політичних партій:

- формування нового комунікативного політичного простору через соціальні медіа, форуми та блоги, де поширюються політичні мему;

- поява нових політичних акторів (блогери, боти, анонімні канали), які створюють та розповсюджують вірусний контент;

- розвиток впливового блогерства як інструменту меметизації партійних ідей для цільової аудиторії;

- домінування медійної впливовості над статусами, що сприяє перетворенню політичних повідомлень у мему;

- використання провокативних технологій (хайп, флейм) для посилення вірусності контенту;

- віртуальна рівність у соціальних медіа, що дозволяє мемам поширюватись незалежно від статусу автора; розмивання експертності, коли будь-хто може створювати мему, що спрощують складні політичні концепції [18, с. 84].

Мему часто використовуються для негативного фреймінгу опонентів, представляючи їх у невігідному світлі через гумор, сатиру або карикатуру. Вони стали одним з найефективніших інструментів політичної дискредитації, оскільки поєднують емоційний вплив з високою вірусністю. Меметичні елементи інтегруються в традиційні форми політичної комунікації – дебати, інтерв'ю, публічні виступи. Політики все частіше використовують мему як референції у своїх промовах, апелюючи до спільного культурного досвіду аудиторії. Ефективність цих механізмів значною мірою залежить від їхньої автентичності та релевантності для цільової аудиторії.

Як показують дослідження, аудиторія швидко розпізнає неавтентичні спроби акторів «говорити мовою мемів» і може реагувати на них емоційно. Як зазначає А. Куріхін, ця ситуація стала шаблоном для мемів у форматі коміксу, де гість серйозно відповідає на запитання, а журналіст видає на його репліку примітивний каламбур. Наприклад, «Кого ви бачили у снах?», «Ангела», «Меркель?», «Ну типу». Інтерес тут викликає стратегія Гордона, який використав мем на свою користь та став публікувати його варіації у своєму Instagram-акаунті, вірогідно, для підвищення кількості відвідувань та реакцій на сторінці [19, с. 180].

Сучасні політичні партії використовують різноманітні механізми інтеграції мемів у свої комунікаційні стратегії. Політичні партії цілеспрямовано створюють мему, що відображають їхні ключові меседжі та ідеї. Ці мему часто базуються на актуальних культурних референціях, що

забезпечує їхню релевантність для цільової аудиторії. «Успішні» політичні мему поєднують політичний меседж з елементами популярної культури, що забезпечує їх емоційну привабливість та легкість для запам'ятовування. Так, під час федеральних виборів у Канаді 2019 року політичні партії та їхні прихильники використовували мему для формування спільнот та зміцнення політичної ідентичності. Дослідження показує, що мему стали інструментом не лише для розваги, але й для політичної мобілізації та вираження партійної приналежності [20].

Політичні партії адаптують свою візуальну комунікацію до естетики інтернет-мемів, використовуючи характерні для них візуальні прийоми, типографіку та стиль. Це дозволяє їм «говорити мовою аудиторії» та підвищувати рівень залученості, особливо серед молодших виборців. Багато партій заохочують своїх прихильників до створення та поширення мемів, організовуючи конкурси, челенджі та інші форми партисипативної комунікації. Це не лише збільшує охоплення, але й посилює емоційний зв'язок з аудиторією.

Процеси меметизації призводять до суттєвих змін у структурі та функціонуванні політичних партій. В умовах цифрової епохи політичні партії переживають глибоку трансформацію, адаптуючись до нових форм комунікації та мобілізації, де мему відіграють дедалі важливішу роль. Можна виділити кілька ключових аспектів цієї трансформації. Політичні партії створюють спеціалізовані відділи цифрових комунікацій, залучають фахівців з меметики та соціальних медіа. Формується нова категорія політичних професіоналів – «цифрові стратеги», які спеціалізуються на створенні та поширенні політичних мемів. Відбувається зсув від традиційних форм політичної комунікації (телебачення, газети, публічні виступи) до цифрових каналів, що краще підходять для поширення мемного контенту.

Наприклад, під час федеральних виборів в Австралії 2022 року було виявлено три стилі меметичного контенту: професійний, загальний та партисипативний. Партії часто створюють професійні мему, тоді як прихильники генерують більш партисипативний контент, що свідчить про різні підходи до використання мемів у політичній комунікації [21].

Партії все частіше орієнтуються на платформи, популярні серед молоді – TikTok, Instagram, Telegram. Мемна логіка впливає на способи артикуляції політичних ідей та програм. Складні політичні концепції адаптуються до формату мемів, що призводить до їх спрощення, але водночас робить їх доступнішими для ширшої аудиторії. Мему стають інструментом політичної мобілізації, особливо серед молодших виборців. Вони використовуються для створення відчуття спільності, артикуляції колективних емоцій та мобілізації прихильників.

Вірусність та популярність мемів стають новими показниками політичного успіху. Політики та партії оцінюються не лише за традиційними критеріями (електоральні результати, законодавчі ініціативи), але й за їхньою здатністю генерувати популярний контент і резонувати в цифровому просторі.

У дослідженні зарубіжних науковців Дж. Кольєра, Ю. Кім і К. Мюррей проаналізовано 3879 політичних мемів, поширених на Facebook під час чотирьох виборчих циклів у США (2016–2022). Результати показують, що мему, які стосуються нових або стабільно актуальних питань, а також ті, що мають елементи некоректності, отримують більше поширень. Це свідчить про те, що вірусність мемів може бути індикатором політичного успіху, оскільки вона відображає здатність партій ефективно комунікувати з аудиторією через соціальні мережі [22]. Ці трансформації мають амбівалентний характер. З одного боку, вони сприяють демократизації політичної комунікації, розширенню участі та залученню нових аудиторій до політичного процесу. З іншого боку, вони можуть призводити до надмірного спрощення політичного дискурсу, посилення поляризації та фрагментації політичного простору.

В українському політичному контексті меметизація стала помітним явищем, особливо під час виборчих кампаній останніх років. Провідні політичні партії України активно використовують мему як інструмент комунікації з виборцями та формування свого політичного іміджу. Розглянемо порівняльний аналіз меметичних стратегій трьох провідних українських партій: «Слуга народу», «Батьківщина» та «Європейська солідарність».

Аналізуючи дані, представлені в таблиці, важливо підкреслити методологічний аспект проведеної оцінки. Десятибальна шкала, застосована до різних критеріїв ефективності мемів політичних партій, відображає не стільки об'єктивні соціологічні виміри, скільки авторську експертну позицію. Такий підхід до оцінювання слід розглядати як якісний експертний аналіз, що спирається на спостереження за комунікативними стратегіями партій та їхнім резонансом у медіапросторі.

Суб'єктивність цієї експертизи є не недоліком, а особливістю методу, який дозволяє провести комплексне осмислення феномену політичної меметизації з позиції аналітика.

Таблиця 1

*Порівняльний аналіз меметизації провідних політичних партій України**

Критерій	«Слуга народу»	«Батьківщина»	«Європейська солідарність»	Приклади популярних мемів
Тематичне спрямування мемів	Переважають антиєлітарні, підкреслюють образ «нових політиків»	Соціально-економічні, фокус на проблемах рядових громадян	Патріотичні, проєвропейські, антиросійські	СН: "Зе!Президент", «Весна прийде — саджати будемо» Батьківщина: «Юля все знає», «Газові принцеси» ЄС: «Армія! Мова! Віра!», «Томос-тур»
Стилістика та візуальна естетика	Сучасна, молодіжна, з елементами поп-культури	Традиційна, з елементами народної стилістики	Формальна, з елементами державної символіки	СН: «Зробимо їх разом», «Слуга диванного народу» Батьківщина: «Новий курс України», «Коса-бренд» ЄС: «Геть від Москви», «Какая різниця?»
Цільова аудиторія	Молодь та середній вік, переважно урбаністичне населення	Середній та старший вік, переважно сільське населення та малі міста	Міське населення з вищою освітою, проєвропейськи орієнтовані громадяни	СН: «95 квартал у Раді», «Слуги мажоритарки» Батьківщина: «Тарифний геноцид», «Юліні пенсійний план» ЄС: «Путін – ху*ло», «Крим – це Україна»
Канали поширення	TikTok, Instagram, Telegram	Facebook, YouTube, регіональні групи в соцмережах	Facebook, Twitter, аналітичні Telegram-канали	СН: «Велике будівництво мемів», «Ліфт на Банкову» Батьківщина: «Юліні меми з косою», «Тарифна коаліція» ЄС: «Мемократична сокира», «П'ята колона зрадофілів»
Інтеграція з програмними позиціями	Середня (7/10)	Висока (8/10)	Висока (9/10)	СН: «Народний слуга», «Держава в смартфоні» Батьківщина: «Новий економічний курс», «Українська земля - українцям» ЄС: «Вступ до НАТО та ЄС», «Геть від Москви!»
Вірусність	Висока (9/10)	Середня (6/10)	Середня (5/10)	СН: «100 днів без корупції», «Зе!Команда» Батьківщина: «Тарифний майдан», «Захисники села» ЄС: «Порохоботи», «Марш захисників»
Автентичність	Середня (6/10)	Висока (8/10)	Висока (8/10)	СН: «Я вам нічого не винен», «Прийшов, щоб залишитись» Батьківщина: «Вона працює», «Батьківщина молода» ЄС: «Армія найсильніша за 5 років», «Безвіз – це перемога»
Емоційний вплив	Високий (8/10)	Високий (8/10)	Середній (7/10)	СН: «Закінчимо епоху бідності», «Весна прийде – саджати будемо» Батьківщина: «Вона бореться», «Руки геть від землі» ЄС: «Є один шлях – до Європи!», «Геть московських попів»
Залучення аудиторії	Високе (9/10)	Середнє (6/10)	Середнє (7/10)	СН: «Опитання від президента», «Стадіон так стадіон» Батьківщина: «Зупинимо тарифний геноцид», «Стоп продаж землі» ЄС: «Мова об'єднує», «Захисти Україну»
Загальна ефективність	Висока (8/10)	Середня (7/10)	Середня (7/10)	СН: «Увійдіть, щоб змінити», «Політики нової епохи» Батьківщина: «Нова Україна Юлії Тимошенко», «Юля за людей» ЄС: «Захистимо європейський вибір», «Армія боронить, мова об'єднує»

* Складено авторами

Числові показники в таблиці (від 1 до 10) служать інструментом візуалізації авторської оцінки,

що дозволяє унаочнити порівняльний аналіз комунікативних стратегій партій. Вони відображають відносну ефективність кожної партії за окремими критеріями в рамках запропонованої авторської концепції політичної меметизації, а не претендують на статистичну репрезентативність чи універсальність.

Таким чином, представлений аналіз варто сприймати як авторський погляд на феномен політичної меметизації, що пропонує структурований підхід до осмислення цього явища в українському політичному дискурсі. Аналіз даних, представлених у таблиці, дозволяє зробити кілька важливих висновків про особливості меметизації українських політичних партій. Кожна з партій демонструє відмінний підхід до створення та поширення політичних мемів, що відображає не лише їхні комунікаційні стратегії, але й політичне позиціонування та цільову аудиторію.

Партія «Слуга народу» найактивніше використовує меметичні стратегії, орієнтуючись переважно на молодшу аудиторію. Саме тому вона демонструє найвищі показники за критеріями вірусності (9/10) та залучення аудиторії (9/10). Ця стратегія реалізується через активне використання сучасних цифрових платформ, популярних серед молоді – TikTok, Instagram та Telegram. Однак, варто відзначити, що при високій вірусності меми цієї партії мають помірні показники автентичності (6/10) та інтеграції з програмними позиціями (7/10). Це може свідчити про певний розрив між меметичним образом партії та її реальною політичною діяльністю.

Стратегія «Слуги народу» характеризується фокусом на антиелітарних наративах та використанням елементів популярної культури для формування образу «нової політичної сили», що відрізняється від «старих політиків». Високий емоційний вплив (8/10) досягається через гумор, іронію та використання культурних референцій, зрозумілих молодіжній аудиторії. Меми «Слуги народу» характеризуються високою емоційною залученістю аудиторії, що досягається через створення відчуття спільності та використання інклюзивного гумору.

Партія «Батьківщина» демонструє зовсім інший підхід до меметизації, фокусуючись на соціально-економічних проблемах та орієнтуючись на старшу аудиторію. Її меметична стратегія характеризується високою автентичністю (8/10) та інтеграцією з програмними позиціями (8/10), але меншою вірусністю (6/10) та залученням аудиторії (6/10). Меми партії поширюються переважно через Facebook, YouTube та регіональні групи в соціальних мережах, що відповідає звичкам цільової аудиторії – середнього та старшого віку, переважно сільського населення та жителів малих міст.

Меметична стратегія «Батьківщини» характеризується високим рівнем змістовної інтеграції з програмними документами партії, що створює цілісний політичний образ. Емоційний вплив мемів «Батьківщини» оцінюється як високий (8/10), що досягається переважно через апеляцію до проблем соціальної справедливості та економічного добробуту рядових громадян.

«Європейська солідарність» застосовує третій підхід до меметизації, роблячи акцент на патріотичних, проєвропейських та антиросійських наративах. Меми цієї партії характеризуються найвищим рівнем інтеграції з програмними позиціями (9/10) та високою автентичністю (8/10), але найнижчою серед трьох партій вірусністю (5/10). Це пов'язано з більш формальним стилем мемів та їхньою орієнтацією на вузлу цільову аудиторію – міське населення з вищою освітою та проєвропейськими поглядами.

Меми «Європейської солідарності» вирізняються високим рівнем аргументованості та апеляцією до раціональних, а не емоційних аспектів політичного вибору. Це пояснює середній показник емоційного впливу (7/10) та помірне залучення аудиторії (7/10). Поширення мемів відбувається переважно через Facebook, Twitter та аналітичні Telegram-канали, що відповідає медіаспоживанню цільової аудиторії.

Проаналізувавши останню колонку порівняльної таблиці з конкретними мемами трьох політичних партій, зробимо спробу оцінити їх ефективність з сьогодишньої перспективи:

«Слуга народу». Меми цієї партії («Зе!Президент», «Весна прийде – саджати будемо», «95 квартал у Раді», «Слуги мажоритарки», «Велике будівництво мемів», «Ліфт на Банкову», «Народний слуга», «Держава в смартфоні», «100 днів без корупції», «Зе!Команда», «Я вам нічого не винен», «Прийшов, щоб залишитись», «Закінчимо епоху бідності», «Опитання від президента», «Стадіон так стадіон», «Увійдіть, щоб змінити», «Політики нової епохи») виявилися найбільш ефективними, але їхня актуальність значно знизилась.

Меми «Зе!Президент» та «Весна прийде – саджати будемо» були надзвичайно вірусними, але з часом втратили свою ефективність через невідповідність між обіцянками та реальними діями. «Закінчимо епоху бідності» сьогодні сприймається іронічно, а «100 днів без корупції» став об'єктом

критики. «Держава в смартфоні» залишається відносно успішним мемом завдяки реальному впровадженню цифрових послуг.

«Батьківщина». Мемі цієї партії («Юля все знає», «Газові принцеси», «Новий курс України», «Коса-бренд», «Тарифний геноцид», «Юлін пенсійний план», «Юліні мемі з косою», «Тарифна коаліція», «Новий економічний курс», «Українська земля – українцям», «Тарифний майдан», «Захисники села», «Вона працює», «Батьківщина молода», «Вона бореться», «Руки геть від землі», «Зупинимо тарифний геноцид», «Стоп продаж землі», «Нова Україна Юлії Тимошенко», «Юля за людей») мають середню ефективність.

«Коса-бренд» залишається впізнаваним символом, але поступово втрачає актуальність. «Тарифний геноцид» та «Стоп продаж землі» зберігають резонанс серед сільського населення та старшої аудиторії, проте мають обмежений вплив на ширший електорат. Мемі про тарифи залишаються актуальними через постійні економічні проблеми, але їх ефективність обмежена вузькою цільовою аудиторією.

«Європейська солідарність». Мемі цієї партії («Армія! Мова! Віра!», «Томос-тур», «Геть від Москви», «Какая різниця?», «Путін – ху*ло», «Крим – це Україна», «Мемократична сокира», «П'ята колона зрадофілів», «Вступ до НАТО та ЄС», «Порохоботи», «Марш захисників», «Армія найсильніша за 5 років», «Безвіз – це перемога», «Є один шлях – до Європи!», «Геть московських попів», «Мова об'єднує», «Захисти Україну», «Захистимо європейський вибір», «Армія боронить, мова об'єднує») значно посилили свою ефективність в умовах війни.

Мемі «Армія! Мова! Віра!», «Крим – це Україна», «Путін – ху*ло» набули нового звучання та підтвердили свою актуальність. «Геть від Москви» та мемі про європейську інтеграцію стали особливо резонансними в контексті отримання Україною статусу кандидата в ЄС. Мем «Армія найсильніша за 5 років» отримав історичне підтвердження, що посилало довіру до партійних наративів.

З погляду сьогодення, мемі ЄС демонструють найбільшу довгострокову ефективність через їхню відповідність актуальному геополітичному контексту. Мемі СН, які були надзвичайно вірусними, втратили значну частину своєї ефективності через невідповідність між обіцянками та результатами. Мемі «Батьківщини» зберігають стабільну, але обмежену ефективність, орієнтуючись на конкретні економічні проблеми.

Найефективнішими виявились мемі, що відповідали реальному перебігу подій та національним інтересам України в умовах війни. Загальна ефективність меметичних стратегій усіх трьох партій оцінюється як достатньо висока, але досягається різними шляхами. «Слуга народу» отримує найвищу оцінку (8/10) завдяки успішному таргетуванню молодіжної аудиторії та високій вірусності контенту. «Батьківщина» та «Європейська солідарність» мають однакові показники загальної ефективності (7/10), але з різним балансом переваг: перша – через емоційний вплив та автентичність, друга – через високу інтеграцію з програмними позиціями.

Цікаво зазначити, що хоча загальна ефективність меметичних стратегій «Батьківщини» та «Європейської солідарності» оцінюється однаково, ці стратегії реалізуються по-різному, відображаючи різницю в цільових аудиторіях та політичному позиціонуванні партій. Це свідчить про те, що не існує універсального «правильного» підходу до меметизації – кожна партія має обирати стратегію відповідно до свого загального політичного позиціонування та характеристик своєї цільової аудиторії.

Важливо відзначити, що ефективність меметичних стратегій не завжди корелює з електоральним успіхом партій. Високий рівень меметизації може сприяти популярності партії в соціальних мережах, але не обов'язково трансформується у підтримку на виборах. Це пов'язано з тим, що політичні мемі найбільш ефективно впливають на молодшу аудиторію, яка традиційно демонструє нижчу електоральну активність.

Таким чином, аналіз таблиці показує, що успішна меметична стратегія політичної партії має враховувати не лише загальні принципи вірусного контенту, але й специфіку цільової аудиторії, політичне позиціонування партії та загальний медіаконтекст. Найефективніші меметичні кампанії поєднують вірусність та емоційний вплив з автентичністю та змістовною інтеграцією з програмними позиціями партії

Процеси меметизації політичних партій мають суперечливий вплив на демократичні процеси та політичну культуру. Аналіз наукової літератури та емпіричних досліджень дозволяє виділити ключові переваги та ризики цього феномену.

1. Переваги меметизації:

Розширення політичної участі. Мемі створюють нові можливості для політичної участі, особливо для молодших виборців, які традиційно менш активні в політичному житті. Вони знижують бар'єри для входження в політичний дискурс та створюють нові форми низової політичної активності.

Демократизація політичної комунікації. Мемі підривають монополію традиційних медіа на формування політичного порядку денного. Вони дозволяють громадянам активно включатися у створення та поширення політичних наративів, що сприяє плюралізму думок та демократизації публічної сфери.

Підвищення доступності політичного дискурсу. Мемі спрощують складні політичні концепції та роблять їх доступнішими для ширшої аудиторії. Вони допомагають подолати мовні бар'єри та бар'єри політичної грамотності, роблячи політику більш інклюзивною.

Сприяння політичній мобілізації. Мемі є ефективним інструментом політичної мобілізації, особливо в умовах обмеженого доступу до традиційних медіа. Вони можуть швидко поширювати інформацію про політичні акції, формувати колективну ідентичність та мотивувати до дій.

Розвиток критичного мислення. Створення та інтерпретація політичних мемів потребують критичного осмислення політичної реальності. Участь у меметичних практиках може сприяти розвитку критичного мислення та медіаграмотності громадян.

2. Ризики меметизації:

Надмірне спрощення політичного дискурсу. Мемі часто надмірно спрощують складні політичні проблеми, редукуючи їх до емоційних гасел або карикатурних образів. Це може призводити до примітивізації політичного дискурсу та зниження якості демократичних дебатів.

Посилення політичної поляризації. Мемі часто апелюють до емоцій та використовують чорно-білу логіку, що може посилювати політичну поляризацію та антагонізм між різними політичними групами. Вони можуть створювати «інформаційні бульбашки», де люди споживають лише контент, що підтверджує їхні попередні переконання.

Поширення дезінформації. Вірусний характер мемів та їхня емоційна привабливість роблять їх ефективним інструментом поширення дезінформації. Мемі можуть містити фальшиву або маніпулятивну інформацію, яка швидко поширюється і важко піддається спростуванню.

Тривіалізація політики. Меметизація може призводити до тривіалізації політики, коли серйозні суспільні проблеми перетворюються на об'єкти гумору або розваги. Це може знижувати рівень відповідальності громадян та політиків за політичні рішення.

Розмивання межі між політикою та розвагою. Меметизація сприяє розмиванню межі між політикою та розвагою, що може призводити до зниження якості політичного дискурсу та перетворення політики на форму медіарозваги.

Баланс між цими перевагами та ризиками значною мірою залежить від конкретного контексту та способу використання мемів у політичній комунікації. Як зазначають Бредлі Вігінс та Г. Бауер Боуерс, мемі самі по собі є нейтральним інструментом – їхній вплив на демократичні процеси залежить від того, хто і з якою метою їх використовує [3].

На основі проведеного аналізу можна сформулювати ряд рекомендацій щодо ефективного та відповідального використання мемів у політичній комунікації:

1. Для політичних партій та кандидатів:

Автентичність та релевантність. Політичні мемі повинні відображати автентичні цінності та ідеї партії, а не просто наслідувати популярні тренди. Неавтентичні спроби «говорити мовою мемів» легко розпізнаються аудиторією і можуть мати зворотній ефект.

Баланс між простотою та змістовністю. Варто уникати надмірного спрощення складних політичних проблем. Мемі можуть бути «дверима» до глибшого обговорення, але не замінювати його повністю.

Етична відповідальність. Використання мемів не повинно порушувати етичні стандарти політичної комунікації. Варто уникати дезінформації, мови ворожнечі та маніпулятивних прийомів.

Інтеграція з іншими формами комунікації. Мемі повинні бути частиною ширшої комунікаційної стратегії, інтегрованої з традиційними формами політичної комунікації. Вони не можуть повністю замінити програмні документи, дебати та інші форми політичного дискурсу.

Створення простору для партисипації. Варто створювати можливості для залучення аудиторії до створення та поширення мемів, що сприяє формуванню спільноти та посиленню емоційного зв'язку з партією.

2. Для громадянського суспільства та освітніх інституцій:

Розвиток медіаграмотності. Необхідно розвивати програми медіаграмотності, які б допомагали громадянам критично оцінювати політичні меми та розпізнавати маніпулятивний контент.

Створення платформ для якісного політичного дискурсу. Важливо створювати альтернативні платформи для глибшого обговорення політичних питань, що виходять за межі мемного формату.

Моніторинг та аналіз політичних мемів. Громадські організації можуть здійснювати моніторинг політичних мемів на предмет дезінформації та маніпуляцій, сприяючи підвищенню якості політичного дискурсу.

3. Для дослідників та аналітиків:

Розробка методології аналізу політичних мемів. Необхідно розвивати комплексну методологію для аналізу політичних мемів, яка б враховувала їхню багатовимірність та контекстуальність.

Міждисциплінарні дослідження. Феномен меметизації політичних партій потребує міждисциплінарного підходу, що поєднує методи політичної науки, медіадосліджень, культурології та соціальної психології.

Крос-культурні порівняльні дослідження. Важливо проводити крос-культурні порівняльні дослідження, що аналізують функціонування політичних мемів у різних національних та культурних контекстах.

Висновки. Меметизація політичних партій є комплексним явищем, що відображає глибші процеси трансформації політичної комунікації в цифрову епоху. Наше дослідження показало, що цей феномен має амбівалентний характер, поєднуючи як потенційні переваги для демократичних процесів, так і суттєві ризики.

З одного боку, меметизація сприяє демократизації політичної комунікації, розширенню політичної участі та залученню нових аудиторій до політичного процесу. Меми стають інструментом політичної мобілізації, особливо для молодших виборців, та допомагають подолати бар'єри доступу до політичного дискурсу. Вони створюють нові можливості для низової політичної активності та підривають монополію традиційних еліт на формування політичного порядку денного.

З іншого боку, меметизація несе ризики надмірного спрощення політичного дискурсу, посилення поляризації та поширення дезінформації. Меми можуть тривіалізувати серйозні суспільні проблеми, розмивати межу між політикою та розвагою та сприяти формуванню «інформаційних бульбашок», де люди споживають лише контент, що підтверджує їхні попередні переконання.

Баланс між цими перевагами та ризиками значною мірою залежить від контексту та способу використання мемів у політичній комунікації. Для ефективного та відповідального використання мемів у політичній комунікації необхідний комплексний підхід, що поєднує автентичність, етичну відповідальність та інтеграцію з іншими формами політичного дискурсу.

На основі проведеного аналізу можна запропонувати кілька напрямків для подальших досліджень та практичних дій:

Розробка етичних стандартів використання мемів у політичній комунікації, що дозволять мінімізувати ризики маніпуляцій та дезінформації.

Створення платформ для конструктивного діалогу між представниками різних політичних сил, що виходять за межі мемного формату та сприяють глибшому обговоренню політичних питань.

Інтеграція медіаосвіти та критичного мислення в освітні програми, що допоможе громадянам ефективно орієнтуватися в сучасному медіапросторі та критично оцінювати політичний контент.

Підтримка міждисциплінарних досліджень феномену меметизації політичних партій, що поєднують методи політичної науки, медіадосліджень, культурології та соціальної психології.

Розвиток інструментів моніторингу та аналізу політичних мемів, що дозволять відстежувати тенденції в політичній комунікації та виявляти потенційні ризики для демократичних процесів.

У підсумку, меметизація політичних партій є невід'ємною частиною сучасного політичного процесу, що відображає ширші трансформації публічної сфери в умовах цифрового суспільства. Розуміння механізмів функціонування політичних мемів та їхнього впливу на політичну комунікацію є важливим для розвитку демократичних процесів та формування якісного політичного дискурсу в цифрову епоху.

Бібліографічний список:

1. Shifman L. Memes in Digital Culture. Cambridge, MA : MIT Press, 2014. 200 p.
2. Milner R. M. The World Made Meme: Public Conversations and Participatory Media. Cambridge, MA: MIT Press, 2016. 272 p.

3. Wiggins B. E., Bowers G. B. Memes as genre: A structurational analysis of the memescape. *New Media & Society*. 2019. Vol. 21, № 11. P. 2585–2603.
4. Mesario R. A., Pagliawan D. L., Balotol R. O. Jr. Memes, viral content, and digital stories: Constructing political narratives and mobilization. *Social Ethics Society Journal of Applied Philosophy. Politics & Culture Special* 2025. Issue. Vol. 2. P. 222–236.
5. Heylighen F. What makes a meme successful? Selection criteria for cultural evolution. URL: <https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download>.
6. Запорожець О., Белоусова Н. Вербальні інтернет-меми під час повномасштабної війни РФ проти України. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Міжнародні відносини*. 2022. № 2 (56). С. 20–24.
7. Чернікова О. І. Вербальний мем: лінгвістичний аспект. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. Серія «Філологічна». 2015. Вип. 51. С. 354–356.
8. Чапак Я. В., Чуйко Г. В. Специфіка мемів у Інтернет-просторі сучасного суспільства. *Scientific Collection «InterConf» : SCIENTIFIC GOALS AND PURPOSES IN XXI CENTURY* (January 19-20, 2022). URL: <https://archer.chnu.edu.ua/xmlui/handle/123456789/4592>.
9. Запорожець О. Ю. Меметична зброя в інформаційній війні. *Україна в умовах трансформації міжнародної системи безпеки: матеріали VII міжнародної наукової конференції*. Львів, 13–14 травня 2021. С. 58–60.
10. Чернявська Л. В. Досвід дискримінації і тема дискримінації в мемах. *Людина в українському суспільстві в системі цінностей прав людини: сучасний вимір медіадіяльності : матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції* (Київ, 14 травня 2021 р.) Київ : Інститут журналістики, 2021. С. 337–340.
11. Чернявська Л. В., Кутова О. Інтернет-мем як складник медіареальності. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2021. № 4. С. 69–82.
12. Неклесова В. Ю. Меми українського сегменту інтернету. *Записки з ономастики*. 2016. № 19. С. 151–162.
13. Жулінська М., Смоляр Н. Інтернет-меми як одиниці інформації у кіберпросторі. *Актуальні питання іноземної філології*. 2015. № 2. С. 66–71.
14. Храбан Т. Є. Образ українки в інтернет-мемах. *Молодий вчений*. 2018. № 2. С. 333–339.
15. Соколова К. В. Меми як засіб комунікації в інтернет-середовищі. *Гуманітарний часопис*. 2012. № 1. С. 118–123.
16. Заботнова М. В. Інтернет-меми як засіб реалізації стратегічної комунікації. *Філологічні студії. Збірник наукових праць*. 2021. Вип. 17. С. 30–38.
17. Корольова Н., Грималюк А. Інтернет-мем як феномен сучасного медіадискурсу: стилістично-прагматичний аспект. *Folium*. 2023. № 1. С. 33–41.
18. Крижанівська В. Цифровізація політичної участі: загрози та перспективи. *Грані*. 2021. Том. 24. №9. С. 82–90.
19. Куріхін А. А. Меметизація у промоції діджитал-контенту на прикладі програми «В гостях у Гордона» та youtube-каналу svtv. *Журналістика та реклама: вектори взаємодії : тези доп. III Міжнар. наук.-практ. конф.* (Київ, 24 березня 2021 р.) С. 179–181.
20. McKelvey, F., DeJong, S., & Frenzel, J. Memes, scenes and# ELXN2019s: How partisans make memes during elections. *New Media & Society*, 2023. 25(7), 1626-1647..
21. McSwiney, J., & Vaughan, M. Parties vs. partisans: the real contest about what memes mean in election campaigns. *Australian Journal of Political Science*, 2024. 59(2), 216-235..
22. Collier, J. R., Kim, Y., & Murray, C. The composition and amplification of mainstream political memes: evidence from 4 US election cycles. *Journal of Information Technology & Politics*, 2024. 1-16.

References:

1. Shifman L. (2014). *Memes in Digital Culture*. Cambridge, MA: MIT Press. 200 p.
2. Milner R. M. (2016). *The World Made Meme: Public Conversations and Participatory Media*. Cambridge, MA: MIT Press. 272 p.
3. Wiggins B. E., Bowers G. B. (2019). Memes as genre: A structurational analysis of the memescape. *New Media & Society*. Vol. 21, № 11. P. 2585–2603.
4. Mesario R. A., Pagliawan D. L., Balotol R. O. Jr. (2025). Memes, viral content, and digital stories: Constructing political narratives and mobilization. *Social Ethics Society Journal of Applied Philosophy. Politics & Culture Special Issue*. Vol. 2. P. 222–236.
5. Heylighen F. What makes a meme successful? Selection criteria for cultural evolution. URL: <https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download> (data zvernennia: 25. 04. 2025).
6. Zaporizhets O., Bielousova N. (2022). Verbalni internet-memy pid chas povnomasshtabnoi viiny RF proty Ukrainy [Verbal internet memes during the full-scale war of the Russian Federation against Ukraine]. *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu imeni Tarasa Shevchenka. Mizhnarodni vidnosyny*. № 2 (56). S. 20–24.
7. Chernikova O. I. (2015). Verbalnyi mem: linhvistychnyi aspekt [Verbal meme: linguistic aspect]. *Naukovi*

zapysky Natsionalnoho universytetu "Ostrozka akademiia". Seriya "Filolohichna". Vyp. 51. S. 354–356.

8. Chaplak Ya. V., Chuiko H. V. (2022). Spetsyfika memiv u Internet-prostori suchasnoho suspilstva [Specifics of memes in the Internet space of modern society]. *Scientific Collection "InterConf": Scientific Goals and Purposes in XXI Century (January 19–20, 2022)*. URL: <https://archer.chnu.edu.ua/xmlui/handle/123456789/4592> (data zvernennia: 25. 04. 2025).

9. Zaporizhets O. Yu. (2021). Memetychna zbroia v informatsiinii viini [Memetic weapon in information warfare]. *Ukraina v umovakh transformatsii mizhnarodnoi systemy bezpeky: materialy VII mizhnarodnoi naukovoï konferentsii*. Lviv, 13–14 travnia 2021. S. 58–60.

10. Cherniavska L. V. (2021). Dosvid dyskryminatsii i tema dyskryminatsii v memakh [Experience of discrimination and the topic of discrimination in memes]. *Liudyna v ukrainskomu suspilstvi v systemi tsinnosti prav liudyny: suchasnyi vymir mediadiialnosti: materialy Vseukrainskoi naukovo-praktychnoi konferentsii* (Kyiv, 14 travnia 2021 r.) Kyiv: Instytut zhurnalistyky. S. 337–340.

11. Cherniavska L. V., Kutova O. (2021). Internet-mem yak skladnyk mediarealnosti [Internet meme as a component of media reality]. *Derzhava ta rehiony. Seriya: Sotsialni komunikatsii*. № 4. S. 69–82.

12. Neklesova V. Yu. (2016). Memy ukrainskoho segmentu internetu [Memes of the Ukrainian internet segment]. *Zapysky z onomastyky*. № 19. S. 151–162.

13. Zhulinska M., Smoliar N. (2015). Internet-memy yak odyntsi informatsii u kiberprostori [Internet memes as units of information in cyberspace]. *Aktualni pytannia inozemnoi filolohii*. № 2. S. 66–71.

14. Khraban T. Ye. (2018). Obraz ukrainky v internet-memakh [The image of Ukrainian women in internet memes]. *Molodyi vchenyi*. № 2. S. 333–339.

15. Sokolova K. V. (2012). Memy yak zasib komunikatsii v internet-seredovyschi [Memes as a means of communication in the internet environment]. *Humanitarnyi chasopys*. № 1. S. 118–123.

16. Zabotnova M. V. (2021). Internet-memy yak zasib realizatsii stratezhichnoi komunikatsii [Internet memes as a tool for strategic communication]. *Filolohichni studii. Zbirnyk naukovykh prats*. Vyp. 17. S. 30–38.

17. Koroliova N., Hrymaliuk A. (2023). Internet-mem yak fenomen suchasnoho mediadyskursu: stylistychno-prahmatychnyi aspekt [Internet meme as a phenomenon of modern media discourse: stylistic and pragmatic aspect]. *Folium*. № 1. S. 33–41.

18. Kryzhanivska V. (2021). Tsyfrovyzatsiia politychnoi uchasti: zahrozy ta perspektyvy [Digitalization of political participation: threats and prospects]. *Hrani*. Tom 24. № 9. S. 82–90.

19. Kurikhin A. A. (2021). Memetyzatsiia u promotsii didzhytal-kontentu na prykladi prohramy "V hostiakh u Gordona" ta youtube-kanalu svtv [Memetization in the promotion of digital content on the example of the "V hostiakh u Gordona" program and the youtube channel svtv]. *Zhurnalistyka ta reklama: vektory vzaïmodii: tezy dop. III Mizhnar. nauk.-prakt. konf.* (Kyiv, 24 bereznia 2021 r.) S. 179–181.

20. McKelvey, F., DeJong, S., & Frenzel, J. (2023). Memes, scenes and# ELXN2019s: How partisans make memes during elections. *New Media & Society*, 25(7), 1626-1647..

21. McSwiney, J., & Vaughan, M. (2024). Parties vs. partisans: the real contest about what memes mean in election campaigns. *Australian Journal of Political Science*, 59(2), 216-235..

22. Collier, J. R., Kim, Y., & Murray, C. (2024). The composition and amplification of mainstream political memes: evidence from 4 US election cycles. *Journal of Information Technology & Politics*, 1-16..

Kornienko V., Prymush M. Memetization of political parties: transformation of political communication in the digital era

The article explores the phenomenon of political parties' memetization as a contemporary trend in political communication. The research aims to analyze the key mechanisms of meme usage in political discourse and evaluate their impact on the transformation of political communication in the digital era. The methodological framework combines content analysis of political memes, comparative analysis of meme strategies employed by different political forces, and critical discourse analysis to examine the implications of memetization for democratic processes. The study is theoretically grounded in the works of modern researchers in political communication, media studies, and digital culture, which conceptualize memes as units of cultural information that spread through imitation and replication while acquiring social significance. The research identifies several levels of political parties' memetization: instrumental (using memes as tools for political marketing), structural (transforming organizational structures to accommodate meme logic), discursive (changing the articulation of political ideas through meme formats), and identificational (forming political identity through meme creation and sharing). The study reveals that memes function as effective tools for political mobilization, especially among younger voters, and contribute to the democratization of political communication by lowering barriers to political discourse. However, the memetization process also carries risks, including oversimplification of political discourse, increased polarization, and the spread of disinformation. The research demonstrates that Ukrainian political parties have adopted varying approaches to memetization, with different levels of effectiveness and

strategic integration. The comparative analysis of meme strategies employed by major Ukrainian parties reveals significant differences in their content, targeting, virality, and overall effectiveness. The findings suggest that successful political memetization requires authenticity, ethical responsibility, and integration with other forms of political communication. The study concludes that memetization of political parties reflects broader transformations of the public sphere in the digital society and represents an important aspect of contemporary political processes. Understanding the mechanisms of political memes and their influence on political communication is crucial for developing democratic processes and fostering quality political discourse in the digital era.

Keywords: *political memes, digital politics, political communication, political marketing, social media, youth political participation, internet culture.*