

DOI <https://doi.org/10.51647/kelm.2021.6.15>

MEMY W NARZĘDZIOWNI WALKI SYMBOLICZNEJ

Artem Lytovchenko

kandydat nauk socjologicznych, docent,

docent Katedry Socjologii Politycznej

Wydziału Socjologicznego

Charkowskiego Uniwersytetu Narodowego imienia W.N. Karazina (Charków, Ukraina)

ORCID ID: 0000-0002-1439-5213

e-mail: a.d.litovchenko@karazin.ua

Alexander Durniev

student Wydziału Socjologicznego

Charkowskiego Uniwersytetu Narodowego imienia W.N. Karazina (Charków, Ukraina)

ORCID ID: 0000-0003-0857-1011

e-mail: xa12282970@student.karazin.ua

Adnotacja. Autorzy przeprowadzają socjologiczną analizę memów przez pryzmat badań procesów symbolicznych. Proponowana jest własna definicja memu, korygująca stereotypowe reprezentacje zgodnie z zadaniami naukowymi: specjalna forma szybko przyswajalnego dowcipu, generowana przez kontekstowe połączenie informacji wizualnych i tekstowych. Konstrukttywne i funkcjonalne właściwości memów czynią je skutecznym środkiem walki symbolicznej. Teoretyczna rama podejść A. Gramsci, P. Bourdieu, N. Lumana z dodatkami autora pomaga to wyjaśnić. Jako empiryczną ilustrację proponowanego poglądu wykorzystano wyniki autorskiej analizy dyskursu memów opublikowanych na oficjalnym profilu Twitter „Україна/Ukraine” w 2020 roku. Autorzy wykazują obecność w memach narzędzi symbolicznej przemocy i walki – nominacji, kodyfikacji, klasyfikacji i stygmatyzacji stosowanych w celu legitymizacji porządku społeczno-politycznego. Wyciągnięto wniosek o wysokim potencjale memów w zestawie narzędzi walki symbolicznej.

Słowa kluczowe: Przemoc symboliczna, nominacja, kodyfikacja, klasyfikacja, stygmatyzacja, legitymizacja.

MEMES IN SYMBOLIC STRUGGLE TOOLS

Artem Lytovchenko

PhD in Sociology (Candidate of Science), Docent,

Associate Professor at the Department of Political Sociology, School of Sociology

V. N. Karazin Kharkiv National University (Kharkiv, Ukraine)

ORCID ID: 0000-0002-1439-5213

e-mail: a.d.litovchenko@karazin.ua

Alexander Durniev

Fourth Year Student, School of Sociology

V. N. Karazin Kharkiv National University (Kharkiv, Ukraine)

ORCID ID: 0000-0003-0857-1011

e-mail: xa12282970@student.karazin.ua

Abstract. The authors carry out a sociological analysis of memes through the prism of symbolic processes. The authors propose their own definition of a meme: it is a special form of quickly absorbed joke generated by a contextual combination of visual and textual information. The constructive and functional properties of memes make them an effective means of symbolic struggle. As an empirical illustration of the proposed view the authors use the results of the discourse analysis of memes published in the official Twitter account “Ukraine/Ukraine” during 2020. The authors demonstrate that there are nominations, codifications, classifications and stigmatizations in memes; it used to legitimize various elements of the social and political order. This allows authors to come to the conclusion about the high potential of memes in the symbolic struggle.

Key words: symbolic violence, nomination, codification, classification, stigmatization, legitimation.

МЕМЫ В ИНСТРУМЕНТАРИИ СИМВОЛИЧЕСКОЙ БОРЬБЫ

Артём Литовченко

*кандидат социологических наук, доцент,
доцент кафедры политической социологии
социологического факультета*

Харьковского национального университета имени В. Н. Каразина (Харьков, Украина)

ORCID ID: 0000-0002-1439-5213

e-mail: a.d.litovchenko@karazin.ua

Александр Дурнев

студент социологического факультета

Харьковского национального университета имени В. Н. Каразина (Харьков, Украина)

ORCID ID: 0000-0003-0857-1011

e-mail: xa12282970@student.karazin.ua

Аннотация. Авторы осуществляют социологический анализ мемов сквозь призму исследований символических процессов. Предлагается собственное определение мема, корректирующие стереотипные представления согласно научным задачам: особая форма быстро усваиваемой шутки, порождаемая контекстуальным сочетанием визуальной и текстовой информации. Конструктивные и функциональные свойства мемов делают их эффективным средством символической борьбы. Объяснить это помогает теоретическая рамка подходов А. Грамши, П. Бурдьё, Н. Лумана с авторскими дополнениями. В качестве эмпирической иллюстрации предлагаемого взгляда использованы результаты авторского дискурс-анализа мемов, опубликованных в официальном твиттер-аккаунте «Ukraine/Украина» в течение 2020 года. Авторы демонстрируют наличие в мемах инструментов символического насилия и борьбы – номинаций, кодификаций, классификаций и стигматизаций, применяемых для легитимации социально-политического порядка. Сделан вывод о высоком потенциале мемов в инструментарии символической борьбы.

Ключевые слова: символическое насилие, номинация, кодификация, классификация, стигматизация, легитимация.

Введение. Популярность мемов не только как медиапродукта, но и как способа коммуникации и передачи информации – прямое следствие широкого распространения Интернета за последние два десятилетия. Популярность мемов как носителя информации можно объяснить лаконичностью самих мемов и использованием в них шуток. Именно шутка, которая является основой мема, позволяет потребителю делать две вещи одновременно: узнавать информацию и получать эмоции с минимальными затратами времени.

Согласно данным Интернет-Ассоциации Украины, с каждым годом количество Интернет-пользователей в Украине увеличивается (UIA, 2019), как следствие, возрастает и использование мемов, а равно их влияние на массовое сознание. Для современного «быстрого» мира мемы являются подходящим носителем информации, они сжимают её и делают более понятной для большинства людей. Также функционал мемов открывает большое поле для их использования в символической борьбе. Причина этого в специфической форме мема: содержащаяся в нём информация (а с ней и определенные номинации, легитимации и другие способы конструирования символического неравенства, которое и является конечной целью символической борьбы) либо является шуткой, либо маскируется под неё¹. Именно эта конструкция мема (маскировка информации под видом шутки) является залогом успешного конструирования символического неравенства, так как в большинстве случаев люди относятся к шуткам несерьезно, а соответственно, менее критично. Кроме этого, лаконичность мемов маскирует конструирование символического неравенства настолько, что даже склонный к критическому анализу человек может не заметить этого конструирования: ведь мем – это «несерьезно» не только потому, что смешно, но и потому, что это «мелочь». Исследование мемов сквозь призму символической борьбы даёт нам возможность понять принцип влияния мема на восприятие различных версий социального порядка.

Какой же характер имеет это влияние и какова роль мемов в символической борьбе? Поиск ответа на этот вопрос и задаёт цель статьи как определение потенциала мемов в символической борьбе.

Основная часть. Мемы не являются чем-то абсолютно новым: (прото)мемом можно считать и карикатуры, которые возникают еще в 16 веке, и анекдоты, время возникновения которых почти невозможно точно определить. Отличие карикатур от мемов состоит в том, что первые являются уникальными, в то время как в основании мемов лежит уже известный и не раз использованный материал (фото, фраза, художественное произведение и так далее), обретающий максимально стандартизированную и упрощенную форму: все мемы является шаблонными. Анекдот же отличается от мемов наличием в нём сюжета: помимо незначительного количества специфических исключений, анекдоты выполнены в виде рассказа.

В декабре 2019 года Министерство цифровой трансформации Украины объяснило понятие мема как

¹ В конструкции любого мема есть хотя бы намёк на шутку, природа которой, впрочем, может быть любой (от лёгкой иронии до жёсткого сарказма)

«информации, которая быстро становится популярной», но данное определение является не совсем корректным (Униан, 2019). Во-первых, можно сказать, что мем – это, скорее, способ передачи информации и часть определённой культуры, а не сама информация. Во-вторых, Министерство цифровой трансформации не уточнило сферу, где мем быстро становится популярным, а также не обозначило индикаторы популярности. Но помимо этих неточностей, можно утверждать, что мем вовсе не обязательно быстро становится популярным: он может бытовать в определенном сегменте культурного поля без общекультурной осведомлённости о нём: субкультурные или «внутренние» (локальные) мемы какой-то небольшой компании остаются мемами несмотря на то, что за её пределами эти мемы никому не известны.

Мем – это не обязательно картинка в Интернете: мемом может считаться любой визуальный элемент, объединённый с текстом; однако зарождается мем именно в Интернете. Мем – это элемент культурной жизни, продукт культурного производства. Фундаментальным принципом создания мема является шаблонность его основы, «скелета». Характерный принцип производства массовой культуры доведён в меме до максимума: мем конструируется с помощью уже существующих материалов (фото, фраза, художественное произведение и так далее), личный вклад «создателя» мема является минимальным и сводится к обычной компиляции материалов или воспроизводству уже существующих мемов. Именно поэтому производство мемов нельзя считать творчеством в прямом смысле, в отличие от производства шаблонов для мемов.

Основой создания мема является такая форма шутки, при которой «все в курсе, о чем она». То есть, условный «сетап» (часть шутки, которая объясняет предпосылки смешного) в данном случае не проговаривается (хотя может как-то отображаться визуально): предполагается, что он понятен без артикуляции.

Содержание же мема (контекст) зависит не столько от замысла автора, сколько формы и ситуации, так как именно они придают контексту мема направление (ярким примером этого являются абстрактные и (пост)модерные мемы). Важным модификатором центральной идеи мема является текущий контекст: ситуация и место, в которой потребитель увидел этот мем. Необходимо также отличать мем от «мемной фразы», которая представляет собой производный от мема Интернет-афоризм, полученный в результате отделения текстовой составляющей мема от визуальных элементов.

Мы предлагаем авторское определение мема как *особой разновидности шутки, отличительной чертой которой является шаблонное сочетание текста и визуальной информации, а восприятие которой не требует усилий и времени благодаря актуальности контекста.*

Мемы вызывают позитивные эмоции у аудитории, конструируя мысли и действия реципиента. Тем самым они конструируют капитал индивида, воздействуя на его место в социальном пространстве. Мемы могут навязывать определенное «согласие» в обществе, участвуя в процессе производства гегемонии (в понимании Антонио Грамши), навязывая и внушая определенные значения, которые, в рамках логики Пьера Бурдьё, устанавливают символические границы на социальном уровне (социальное пространство). Данные значения определяют культуру социальной группы или класса, к которому принадлежит индивид. Социальное пространство – это структура социальных позиций. Порядок позиций определён капиталом индивида и его принадлежностью к тому или иному классу/социальной группе. Именно на уровне социального пространства конструируется символическое неравенство, с дальнейшим его влиянием на физическое пространство. Причиной этого является то, что каждая позиция в структуре социального пространства имеет разный начальный доступ к воспроизводству символов и их трактовке. Символическое неравенство – это неравный доступ к потреблению символов, трактовке символов и воспроизводству символического насилия. Символическим насилием является навязывание символов и символических систем с дальнейшей их легитимацией (Нехаенко, Бойко, Литовченко, 2018: 42). Символическая борьба, в свою очередь, определяется как право формировать и утверждать определенное представление о легитимном порядке (Бурдьё, 2007: 78): наличие конструирования символического неравенства или использование символического насилия является процессами, которые характерны для символической борьбы.

С позиций А. Грамши, процесс символической борьбы можно описать как борьбу разных властных сторон за навязывание согласия на их власть (по мнению итальянского социолога, долгосрочную власть невозможно удержать без двух важных для неё компонентов – силы и согласия). Процесс, который формирует в человеке представление о легитимном порядке и тем самым вызывает у него согласие на власть над ним, Грамши назвал гегемонией (Грамши, 1991). Гегемония может осуществиться через любой продукт деятельности человека, в которую человек может «вложить» некое мнение (смысл, символ, номинацию и так далее): например, картина, твит, фильм или тот же мем. Данное «поддержание гегемонии» не обязательно должно быть осознанным и/или запланированным: человек может даже и не заметить, как своими действиями он поддерживает некое согласие. Соответственно, символическая борьба воспроизводится с помощью неких средств, каковым может быть и мем (но лишь в том случае, если он (вос)производит данные процессы).

Средствами символической борьбы могут выступать как символы отличия (булава, корона и так далее), так и средства передачи информации, навязывающие определенную точку зрения или картину мира. Важную роль в символической борьбе играет информационная сфера: сегодня именно она формирует представления человека о мире и событиях в нём. В современном мире большинство людей отказываются (в большинстве случаев – из-за невозможности) от власти номинации (власть называть себя и других), тем самым передавая эту власть СМИ. Так, например, говоря о массмедиа, Н. Луман пишет, что, описывая события в обществе, они могут формировать его некую реальность (с помощью функций производства «собственных значений» и формирования памяти) (Луман, 2005: 151–152). Соответственно, СМИ имеют возможность

конструировать трансляцию информации с определенными номинациями, манипуляциями и легитимациями, а также формировать в человеке «ложные потребности» (под ложными потребностями имеются в виду потребности, закрепляющие тягостный труд, агрессивность, нищету и несправедливость), которые «удушают» потребность в освобождении, и тем самым определяют их роль в процессе символической борьбы (Маркузе, 1994: 6).

Важно отметить, что самым эффективным способом воздействия на человека является неустанное, многократное повторение одних и тех же утверждений. Согласно Антонио Грамши, «повторение есть наиболее действенный дидактический способ воздействия на народное сознание» (Грамши, 1991: 58 с). С. Кара-Мурза утверждал, что любая манипуляция более эффективна именно в тот момент, когда «удаётся приглушить активность сознания, усыпить часового» (Кара-Мурза, 2005: 70). С учётом этого мемы, благодаря их краткости, «клиповости» и тематической «всеядности», выглядят идеальным инструментом символической борьбы.

Мем не всегда выступает в качестве целенаправленно используемого средства символической борьбы, поскольку мем многофункционален. Можно выделить следующие функции, которые исполняет мем (Дурнев, 2019: 83): эмоциональная (главная, «стартовая» функция); информирующая; летописная (мемы выступают буквально в качестве ячейки коллективной памяти); коммуникативная; рекламная и близкая к ней пропагандистская; наконец, манипулятивная (в силу «несерьёзного» характера мемов сознание аудитории отключает многие фильтры, работающие при восприятии серьёзной информации; это и позволяет оказывать на него манипулятивное воздействие).

Каждый мем несёт в себе компиляцию перечисленных функций, и именно эта компиляция встраивает мемы в процессы символической борьбы². Механизмы реализации этих функций по отдельности достаточно разнообразны, однако если речь идёт о символической борьбе, то активизируется универсальный механизм символического насилия – легитимация, утверждающая и закрепляющая признание конкретного смысла (Литовченко, Бойко, Юрчик, 2021: 40). Из всех инструментов легитимации мем чаще обращается к номинации (наделении нового объекта новым символическим обозначением) в силу собственной простоты, шаблонности, лаконичности и ориентации на «скоростное» восприятие: инструменты следующих после номинации уровней для многих мемов могут быть избыточны. Тем не менее, кодификация (наделение новым символом знакомого объекта), классификация (закрепление за новым явлением старого, привычного символа) и стигматизация (привязка к знакомому объекту старого, обязательно оценочного, имени, которое, однако, для самого объекта является новым) (Литовченко, Бойко, Юрчик, 2021: 43) также используются при легитимации в мемах, особенно в политической сфере.

Результаты исследования. Итак, чтобы определить роль мема в символической борьбе, необходимо охарактеризовать осуществляемую им легитимацию, зафиксировав используемый инструмент. Для эмпирической иллюстрации этого подхода мы предлагаем дискурс-анализ материалов официального международного твиттер-аккаунта Украины «Ukraine/Україна» за 2020 год (<https://twitter.com/Ukraine>). Аккаунт верифицирован Твиттером как официальный: администрация платформы подтвердила, что он ведётся представителями государственной власти Украины. То, что он ведётся на английском языке, даёт основания предположить, что целевая аудитория аккаунта – иностранцы, а целью, соответственно, является конструирование образа Украины для зарубежного реципиента. Это придаёт аккаунту достаточную значимость как потенциальному оружию символической борьбы. Подчеркнём: материалы аккаунта нельзя считать типичными, и именно поэтому они выбраны для иллюстрации потенциала мемов в символической борьбе. У нас нет задачи доказать, что любые мемы априори являются средствами символической борьбы; нам необходимо продемонстрировать сам феномен, а не его распространённость. Соответственно этой задаче и подбирался источник материала.

В течение 2020 года твиттер-аккаунт «Ukraine/Україна» опубликовал 17 мемов; три мема были «сезонными» (два приурочены к середине лета, один – к наступающему Новому году) и не содержали инструментов легитимации. Соответственно, итоговому анализу были подвергнуты 14 мемов (они в хронологическом порядке приведены на рисунке 1). Каждый пост мы рассматриваем как целостное визуально-текстовое высказывание, контекст которого задаётся как шаблоном мема, так и социальными обстоятельствами его конкретного содержания. С учётом этого контекста мы зафиксировали инструменты легитимации и охарактеризовали её направление; обобщённая информация приведена в таблице (см. табл. 1):

Таблица 1

Описание легитимации в мемах твиттер-аккаунта «Ukraine/Україна»

№ мема	Инструмент легитимации	Направление легитимации	Контекст (пояснение шаблона и ситуации)
1	Зеркальная кодификация* (объект и символ меняются местами: привычному символу – слову «путин» – придаётся новый объект)	Отказ от взаимодействия с Путиным/РФ, одобрение сотрудничества с Канадой (Западом).	Шаблон: «Не выбирай плохое, выбирай хорошее». Оценка отражена жестами и мимикой персонажа на фото. Текст твита «Мы особо подчёркиваем своё увлечение канадской кухней» в сочетании с созвучием названия канадского блюда с фамилией президента РФ конкретизирует «хороший» выбор.

² Отметим, что и «самоочевидная» размытость понятия «мем» также является следствием этой компилятивной многофункциональности.

Продолжение таблицы 1

2	Классификация (новый статус Крыма привязывается к привычному символу «Украина»)	Отождествление: Украины со светлой стороной, признания украинской принадлежности Крыма с мудростью, несогласия с этой позицией – с тёмной стороной, ложью и глупостью.	Шаблон: Йода – мудрейший из джедаев (воинов света во вселенной «Звёздных войн»), высказывающий только мудрые и истинные тезисы. Девиз «Крым – это Украина» – один из наиболее масштабно используемых во внешней политике украинских властей.
3	Классификация (аналогично предыдущему)	Отождествление признания украинской принадлежности Крыма с мудростью, несогласия – с глупостью.	Шаблон: дельфин воплощает стереотип «разумного животного». Логика аналогична предыдущему мему.
4	Кодификация (старый объект – советская архитектура – наделяется новым символом «отель киберспорта»)	Противопоставление эстетичной и функциональной независимости советскому дисфункциональному упадку.	Шаблон: оригинальная фраза «Мы построим свой отель...» независимо от окончания воплощает ценность «своего», самостоятельного. Модернизация советской архитектуры – способ деактуализации советского наследия.
5	Кодификация (знакомый объект – княгиня Ольга, новый символ – «феминистка»)	Утверждение прогрессивности украинских исторических деятелей (на примере княгини Ольги как «первой феминистки»).	Шаблон: окончание фразы «...до того, как это стало мейнстримом» – максимально ёмкое выражение претензии на историческое первенство (аналог «опередил своё время») в актуальной сфере.
6	Стигматизация (знакомая противоречивая фигура получает новые для неё позитивные символы)	Позитивация образа Андрея Шептицкого посредством набора номинаций («моральный лидер», «праведник», «парламентарий», «филантроп»).	Шаблон: фраза «take that off and what are you», описывающая супергероя Тони Старка («Железного Человека»), с которым и отождествляется митрополит Андрей Шептицкий (исторически – спорная фигура).
7	Стигматизация (привычный объект – Россия – получает новый для него символ «оккупант»)	Отождествление России с оккупантом, негативация номинации «зелёные человечки» (традиционно применяемое к инопланетянам иносказание).	Шаблон: в оригинале в окно всегда выкидывают того, кто высказывает наиболее рациональную или единственно верную мысль. Обозначение «зелёные человечки» в 2014 году применялось к российским военным в Крыму.
8	Номинация (Россия в новом статусе отравительницы получает новый символ)	Отождествление России со скандальными отравлениями, постулирование соответствующей российской традиции.	Шаблон: словарь как инструмент прояснения неочевидной, но бесспорной информации. Обыгрывается название отравляющего вещества «Новичок».
9	Классификация (Путин в новом статусе подводного исследователя получает старый символ «подводного чудовища»)	Отождествление президента России Путина с уродством экзотических морских существ.	Фото президента РФ в батискафе стало материалом для большого числа мемов и выполняет роль шаблона, который конкретизируется подписью: «крымские воды видали тварей пострашнее» – ответ на твит правительства РФ с меткой «Крым, Россия».
10	Кодификация (знакомый объект – Махно – получает новую символизацию)	Причисление Нестора Махно к украинскому анархизму, присвоение его анархистским взглядам национального характера.	Шаблон: обложка альбома группы «Секс Пистолз» «Анархия в Соединённом Королевстве (UK)», где буквы UK использованы как начало слова «Украина». Нестор Махно – известный анархист, чуждый любых национальных идей.
11	Кодификация (знакомый объект – борщ – получает новый символ «допустимого допинга»)	Отождествление спортивных побед и особых свойств национальной украинской кулинарии.	Шаблон отсутствует; используется двойная отсылка: к теме допинговых скандалов вокруг российских спортсменов и к теме споров вокруг национальной принадлежности борща.
12	Стигматизация (знакомый объект – Россия – получает новый для себя символ «преступника»)	Отождествление РФ с преступлением, нивелирование достижений предупреждением.	Шаблон: устойчивый оборот звукового предупреждения в британском метрополитене: mind the gap, внимательнее с промежутком (между перроном и полом вагона).
13	Стигматизация (привычные объекты – Украина и Израиль – получают символ «удачливых»)	Противопоставление создающих совместный золотой запас Украины и Израиля абстрактным «неудачникам» (всем, кто не поступает аналогично).	Шаблон: строчка из песни группы «Queen» «Мы – чемпионы!»: «не время для неудачников». Украина и Израиль таким образом оказываются «удачливыми чемпионами»
14	Классификация (новый статус Крыма – и привычный символ («Украина»))	Отождествление признания украинской принадлежности Крыма с высшей позитивной эмоцией (любовью).	Шаблон: девушка, позволяющая себя поцеловать в обмен на «те самые три слова». Подставляемые слова «Крым – это Украина» приравнены к признанию в любви.

* Принцип использования аналогичен кодификации, отличаются только позиции объекта и символа, при этом символ оказывается первичен по отношению к объекту.



Рис. 1. Мемы, опубликованные в твиттер-аккаунте «Ukraine/Україна» в 2020 году (в хронологическом порядке)

Обсуждение. Мы видим, что инструменты легитимации играют в каждом рассмотренном меме роль содержательного стержня; именно на них основывается центральный приём, при помощи которого транслируется итоговый месседж мема. При этом все инструменты относительно равномерно представлены в исследованном массиве: мемов, использующих кодификацию, классификацию и стигматизацию, почти равное количество. Исключение составляет номинация, использованная лишь один раз. Безусловно, никакие выводы подобные количественные показатели в сугубо качественном анализе делать не позволяют. Однако если предположить, что это не случайность, и мы наблюдаем отражение некой тенденции, то объяснить её можно было бы двумя причинами. Во-первых, номинация используется как составная часть других инструментов, особенно кодификации и стигматизации; это можно наблюдать, например, в мемах № 4, 11, 13. Однако поскольку итоговый эффект создаётся за счёт иного инструмента, то роль номинации оказывается вспомогательной, поэтому нет оснований определять её как характеризующую конкретный акт символической борьбы. Во-вторых, дело в особенностях исследуемого материала и его предполагаемой аудитории. Поскольку мы анализировали материалы официального международного твиттер-аккаунта украинского государства, то, в отличие от значительной части обычных Интернет-материалов, их основным предназначением является не развлечение, а внешнеполитическая репрезентация. Даже учитывая, что публичный твиттер-аккаунт так или иначе транслирует контент на широкую аудиторию, целевая аудитория при этом рассматривается как квалифицированная – в силу своей специализированности. Поэтому в исследованных мемах мы наблюдаем компромисс доступной, сугубо «мемной» формы, и чуть более сложного, чем в типичных мемах, содержания. Сугубо развлекательными можно считать только те три мема, которые не попали в анализируемый массив как раз вследствие своей «сезонности»; все же остальные мемы транслируют не шутку как таковую, а тот или иной шуточно оформленный серьёзный политический месседж. Трансляция подобных месседжей – это достаточно высокий уровень символической борьбы, который требует соответствующего инструментария; этим и объясняется более частое использование инструментов с большим функционалом, нежели простая номинация.

Выводы. Исходя из полученных данных и результатов их анализа на основе предложенных теоретических разработок, можем утверждать следующее. В силу своей формальной простоты и эмоциональной насыщенности (из всех функций мема эмоциональная не только наиболее очевидная, но и реализуется первой) мемы обладают богатым потенциалом как средства символической борьбы. Процесс их производства благодаря шаблону не требует ни творческих, ни временных затрат, и поэтому их легко использовать в качестве быстрой реакции. Наш эмпирический материал содержит несколько примеров такого использования. Помимо этого, контекстуальность мема позволяет надёжно предопределять характер его восприятия аудиторией, при этом не оставляя впечатления навязывания. Каждый из рассмотренных нами мемов объединяет сиюминутный (в нашем случае – политический) контекст с базовым контекстом шаблона, при помощи которого и задаёт рамку восприятия мема целиком, незаметно маркируя актуальный контекст.

То, что к использованию мемов прибегают официальные макрополитические структуры, говорит о значимой роли мемов именно как средства символической борьбы. Эта борьба составляет несомненный стержень динамики любого политического дискурса, так или иначе направленного на (де)легитимацию конкретных политических порядков. В каждом меме мы зафиксировали использование инструментов легитимации – номинации, кодификации, классификации, стигматизации. Эти инструменты буквально встроены в сам конструкт мемов, они составляют основу действия мемов, создавая их смысл. Это приводит нас к выводу о том, что легитимация реализуется мемами не как побочный эффект, а как основная цель их запуска в информационное пространство. Безусловно, этот вывод справедлив лишь для конкретной разновидности мемов – политических мемов, которые и были нами проанализированы. Однако, во-первых, это даёт нам ответ на вопрос о потенциале мемов как средства символической борьбы и позволяет нам определить этот потенциал как чрезвычайно высокий, если речь идёт о политических мемах. Во-вторых, это автоматически ставит перед нами следующий вопрос: как меняется обнаруженный потенциал при работе с мемами не политического характера, транслируемыми за очевидными пределами политического поля? В том случае, когда легитимация не является основной целью производства и публикации мема, как применяются инструменты символической борьбы и какой эффект создаёт их не столь очевидное применение, как в исследованном нами массиве? Нам представляется, что эти вопросы содержат в себе достаточную перспективу дальнейших исследований этой темы.

Список использованных источников:

1. Бурдые П. Социология социального пространства. Пер. с фр. Санкт-Петербург : Алетей, 2007. 288 с.
2. В Україні значно виросла інтернет-пенетрація URL: <https://inau.ua/news/v-ukrayini-znachno-vyroslo-internet-penetraciya>.
3. Грамши А. Искусство и политика : в 2-х т. Т. I. Пер. с итал. Москва : Искусство, 1991. 432 с.
4. Дурнев О. Мемі та їхній вплив на сприйняття інформації. *Вплив нових медіа: міждисциплінарний підхід* : матеріали міжнар. наук.-практ. конф., м. Одеса, 19–20 квітня 2019 р. Одеса, 2019 р. С. 82–84.
5. Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием. Москва : Эксмо, 2005. 832 с.
6. Литовченко А., Бойко Д., Юрчик Т. Символические инструменты воспроизводства и признания идеологии. *Грани*. 2021. № 5. С. 35–45. DOI: <https://doi.org/10.15421/172145>.
7. Лол и мем: в Кабмине решили объяснить бабушкам и дедушкам значение новых слов. URL: <https://www.unian.net/curiosities/10796315-lol-i-mem-v-kabmine-reshili-obyasniti-babushkam-i-dedushkam-znachenie-novyh-slov.html>.

8. Луман Н. Реальность массмедиа. Пер. с нем. Москва : Праксис, 2005. 256 с.
9. Маркузе Г. Одномерный человек. Пер. с нем. Москва : REFL-book, 1994. 368 с.
10. Нехаенко О., Бойко Д., Литовченко А. Дискурсивное насилие как инструмент социологической легитимации идеологического порядка разделенного общества. *Соціологічні студії*. 2018. № 2(13). С. 37–44. DOI: <https://doi.org/10.29038/2306-3971-2018-01-37-44>.

References:

1. Bourdieu P. (2007) *Sotciologija sotsialnogo prostranstva* [Sociology of social space]. Sankt-Peterburg. Aleteiia [in Russian].
2. V Ukraini znachno vyroslo internet-penetratsiia [Internet penetration has grown significantly in Ukraine]. Retrieved from <https://inau.ua/news/v-ukrayini-znachno-vyroslo-internet-penetraciya> [in Ukrainian].
3. Gramshi A (1991). *Iskusstvo i politika* [Arts and politics]. V. 1. Moskva. Iskusstvo [in Russian].
4. Durniev O. Memy ta yikhni vplyv na spryniattia informatsii [Memes and their influence on the perception of information]. *Vplyv novikh media: mizhdistseiplinarnii pidkhid : materialy mizhnar. nauk.-prakt. konf., m. Odesa, 19-20 kvitnja 2019 r.* [The influence of new media: an interdisciplinary approach: materials intern. scientific-practical conf., Odessa, April 19–20. 2019] 82–84 [in Ukrainian].
5. Kara-Murza S.G. (2005) *Manipuliatciia soznaniem* [Consciousness manipulation]. Moskva. Eksmo [in Russian].
6. Litovchenko A., Boiko D., Yurchik T. (2021) Simvolicheskie instrumenty vosproizvodstva i priznaniia ideologii [Symbolic instruments of reproduction and recognition of ideology]. *Grani*, no. 5, 35–45. DOI: <https://doi.org/10.15421/172145> [in Russian].
7. Lol i mem: v Kabmine reshili obiasnit babushkam i dedushkam znachenie novykh slov [Lol and meme: the Cabinet decided to explain to grandparents the meaning of new words] Retrieved from <https://www.unian.net/curiosities/10796315-lol-i-mem-v-kabmine-reshili-obyasnitbabushkam-i-dedushkam-znachenie-novyh-slov.html> [in Russian].
8. Luman N. (2005) *Realnost massmedia* [The reality of the media]. Moskva. Praksis [in Russian].
9. Markuze G. (1994) *Odnomernyi chelovek* [One-dimensional man]. Moskva. REFL-book [in Russian].
10. Nekhaenko O., Boiko D., Litovchenko A. (2018) *Diskursivnoe nasilie kak instrument sotciologicheskoi legitimatcii ideologicheskogo poriadka razdelenenogo obshchestva* [Discursive violence as an instrument of sociological legitimation of the ideological order of a divided society]. *Sotciologichni studiyi*, no. 2(13), 37–44. DOI: <https://doi.org/10.29038/2306-3971-2018-01-37-44> [in Russian].