

„Książka zasługuje na najwyższą ocenę dzięki wzorowej prezentacji potencjału dyscypliny. Autorzy artykułów wykazali sprawność warsztatową, biegłość metodologiczną i znakomite rozeznania w światowych tendencjach badań empirycznych mediów. Świetne analizy zawartości, zestawienia ilościowe i jakościowe, analizy porównawcze często podane za pomocą cytatów oraz infografiki czynią z tej publikacji godną szczególnego zainteresowania medioznawców.”

Prof. dr hab. Iwona Hofman
Lublin

„Tak wielkie wydarzenie – jak przekonuje ilość i jakość zebranych tekstów – zasługiwało na prezentację jego obrazu medialnego w formie książki, uzupełnionej dodatkiem audiowizualnego materiału. W sensie teorii mediatyzacji i nauk o mediach uzupełnia koncepcje Katza i Dyana, w sensie pokazu i przekazu ceremonii ukazuje bogactwo analiz medialnych, interpretacji i nauk wydobywanych z kanonizacji Jana Pawła II. Jest to ważna lektura nie tylko dla badaczy mediów, ale i współczesnych teologów. Uzupełnia książki o pielgrzymkach Jana Pawła II, jego odchodzeniu, beatyfikacji w wymiarze medialnym, wpisuje się w historię papieństwa.”

Prof. dr hab. Tomasz Goban-Klas
Kraków



Drohiczyń



Gdynia



Gniezno



Olsztyn



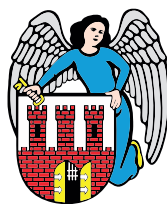
Rzeszów



Siedlce



Suwałki



Toruń

Fundacja „Dzieło Nowego Tysiąclecia” dziękuje Miastom Papieskim za wieloletnią współpracę w upamiętnieniu pontyfikatu św. Jana Pawła II, szczególnie tym, które wsparły powstanie tej publikacji.



FUNDACJA
„DZIEŁO NOWEGO TYSIĄCLECIA”
JAN PAWEŁ II W PRZEKAZACH POLSKICH MEDIÓW
WIELKOŚĆ CZY AUTORYTET?
PODCZAS JEGO KANONIZACJI



WIELKOŚĆ CZY AUTORYTET?

JAN PAWEŁ II W PRZEKAZACH POLSKICH MEDIÓW PODCZAS JEGO KANONIZACJI



PRACA ZBIOROWA POD REDAKCJĄ
JERZEGO OŁĘDZKIEGO
TERESY SASIŃSKIEJ-KLAS



Spółecznie konstruowany wizerunek Jana Pawła II – znaczenia zawarte w memach internetowych

Streszczenie: Celem relacjonowanego w niniejszym tekście projektu badawczego było zrekonstruowanie wizerunku Jana Pawła II tworzonego w memach internetowych oraz określenie perswazyjności tego wizerunku – zwłaszcza w kontekście kanonizacji Jana Pawła II. W przeanalizowanych memach Jan Paweł II jest przede wszystkim przedstawiany jako osoba reprezentująca Kościół Katolicki – pewnego rodzaju symbol, który ma być soczewką dla całego środowiska. Wyróżniającym się motywem w badanych komunikatach było wykorzystanie postaci Jana Pawła II w funkcji krzywego zwierciadła dla odbiorców: autorzy memów chętnie piętnowali postawy społeczeństwa, które z jednej strony szczyli się rzekomym kultywowaniem ideałów głoszonych przez Jana Pawła II, z drugiej natomiast nie zna podstawowych refleksji i zaleceń papieża, wynikających z jego przemówień czy encyklik. Badanie wykazało również semantyczną heterogeniczność postaci Jana Pawła II w internetowym dyskursie publicznym. Wyraźnie widoczne jest niwelowanie dystansu między wiernymi a hierarchą (i tym samym – Kościołem). Memy internetowe zdecydowanie detabuizują postać Jana Pawła II i instytucję Kościoła Katolickiego. Ważnym wnioskiem formalnym jest też konkluzja o nietypowości memów internetowych związanych z Janem Pawłem II.

Słowa kluczowe: Jan Paweł II, papież, mem, memetyka, semiotyka, wizerunek.

Summary: The aim of the research project was to reconstruct the image of Pope John Paul II created by the Internet memes and to determine the persuasiveness of this image – particularly in the context of the canonization of John Paul II. In the analyzed memes John Paul II is primarily portrayed as a person representing the Catholic Church – a kind of symbol of community. An important theme in the studied materials was the use of the form of John Paul II in a function of the distorting mirror for the audience: the authors of memes willingly denounced the attitude of the society, which on one hand claims to cultivate the ideals of John Paul II, but on the other hand does not know the basic reflections and recommendations of Pope stemming from his speeches and encyclicals. The study also found semantic heterogeneity in the form of John Paul II in the online public discourse. Internet memes definitely break the taboo of

the figure of John Paul II and the institution of the Catholic Church itself. An important conclusion is also the atypical form of the Internet memes associated with John Paul II.

Key words: John Paul II, pope, meme, memetics, semiotics, image.

I. Wprowadzenie

W kwietniu 2005 roku, w chwili podania oficjalnej informacji o śmierci Jana Pawła II, na Placu Świętego Piotra w Watykanie rozbrzmiało spontaniczne, ale zarazem głośne „santo subito”. Chwilę po godzinie 21:37, głośno wykrzykiwane łacińskie słowa unoszące się ponad zgromadzonym tłumem, stały się symbolem i jednocześnie wyrazem poparcia dla natychmiastowego wyniesienia na ołtarze pierwszego w historii papieża wywodzącego się z naszej ojczyzny.

Uroczystość beatyfikacyjna Jana Pawła II odbyła się 1 maja 2011 roku, a niespełna 3 lata później – 27 kwietnia 2014 roku nastąpiła jego kanonizacja. Razem z pochodzącym z Wadowic papieżem-Polakiem, na ołtarze został wyniesiony Jan XXIII, który był głową Kościoła Katolickiego w latach 1958-1963. Uroczystość kanonizacyjna zgromadziła na Placu Świętego Piotra około 800 tys. wiernych, w tym 61 oficjalnych delegacji państwowych.

Przekazy medialne dotyczące kanonizacji Jana Pawła II pojawiały się w środkach masowego przekazu na kilka miesięcy przed uroczystością. Formy komunikatów nie ograniczały się do depeesz, reportaży, filmów dokumentalnych czy transmisji. Wizerunek świętego Jana Pawła II kreowany był także poprzez wypowiedzi na forach internetowych, komentarze pod artykułami, posty na portalach społecznościowych, czyli typy komunikatów charakterystyczne dla Web 2.0. Kreacja opinii w dobie paradygmatu, w którym to użytkownik sieci nie jest ograniczony do biernego odbierania komunikatów, ale ma możliwość interakcji, odbywa się coraz częściej w wymiarze graficznym. Jedną z najpopularniejszych internetowych form wypowiedzi bazującej na warstwie wizualnej stały się w ostatnich latach memy internetowe. I właśnie ten obszar – internetowej memografii – autorzy niniejszego tekstu postanowili wziąć na warsztat. Chciano tym samym ustalić jak polscy internauci podejmuje i interpretują osobę Jana Pawła II i jego dokonania, zwłaszcza w kontekście kanonizacji.

Cele, przedmiot i metody badania

Celem relacjonowanego w niniejszym tekście projektu badawczego, było zrekonstruowanie wizerunku Jana Pawła II tworzonego w memach. Założono zatem, że projekt pozwoli na pogłębiony opis zawartości wynikającej wprost z obrazu i treści konotowanych przez komunikaty przestrzeni wirtualnej,

a jednocześnie na postawienie hipotez dotyczących atrakcyjności tychże komunikatów (memów) dla odbiorców treści internetowych. To z kolei da pewien asumpt do deskrypcji wizerunku Jana Pawła II w przestrzeni internetowej i określenia do pewnego stopnia perswazyjności tego wizerunku – zwłaszcza w kontekście kanonizacji Jana Pawła II.

W tym kontekście postawiono dwa pytania badawcze. Pierwsze z nich ma charakter deskryptywny – jaki wizerunek Jana Pawła II wyłania się z memów – szczególnie komunikatów przestrzeni internetowej? Drugie pytanie badawcze, o charakterze semiotycznym, może pomóc w określeniu tzw. potencjału memetycznego postaci papieża Polaka i brzmi: jakie znaczenia i konotacje tworzą społeczne postrzeganie osoby Jana Pawła II oraz jego działania?

Próba badawcza miała charakter dostępnościowy – została stworzona w drodze agregowania przez zespół badawczy określonych memów internetowych. Zespół przeszukiwał graficzne, otwarte zasoby internetowe pod kątem fraz kluczowych „Jan Paweł II”/ „Jan Paweł 2” oraz „mem”. W ten sposób zebrano 109 memów internetowych, które poddane zostały trypoziomowej analizie semiologicznej, która pozwoliła ujawnić głębię sensów niesionych przez obraz i (nierzadko) towarzyszący obrazowi tekst¹. Na poziomie modalności technologicznej analizowano sposoby wytworzenia memów. Na drugim poziomie analizy – modalności kompozycyjnej – zbadano zawartość zagregowanych „obrazków”. Na samym końcu dokonano analizy potencjalnej odbiorczości (modalności społecznej). W syntezie refleksji analitycznych memy opisano jako kompozycje znaków konotatywnych, prezentujących z jednej strony rozumienie badanego zjawiska (osoby Jana Pawła II) przez twórców tychże memów, a z drugiej – możliwe sposoby społecznego odbioru memów.

II. Memetyka

Postać Jana Pawła II wydaje się być bogata pod względem memetycznym. Jednak, aby dokładnie określić tzw. potencjał memetyczny papieża Polaka warto w pierw pochylić się nad samym pojęciem memetyki.

Brytyjski ewolucjonista Richard Dawkins, który wprowadził do terminologii naukowej pojęcie „memu”, w książce „Samolubny gen” pisze: „Przykładami memów są melodie, idee, obiegowe zwroty, fasony ubrań, sposoby lepienia garnków lub budowania łuków. Tak jak geny rozprzestrzeniają się w puli

¹ Prezentowane w artykule memy nie mają przypisanego źródła – wynika to z faktu, że w przypadku tego typu komunikatu bardzo trudnym, jeśli nie niemożliwym, jest ustalenie jego rzeczywistego źródła, miejsca powstania i pierwotnej dystrybucji. Cechą charakterystyczną memu internetowego jest bowiem jego ‘zaraźliwość’, a więc potencjał powielania i rozprzestrzenia, a co za tym idzie prezentowania w rozmaitych przestrzeniach medialnych – o czym szerzej piszą autorzy w dalszych częściach artykułu.

genowej, przeskakując z ciała do ciała za pośrednictwem plemników lub jaj, tak memy propagują się w puli memów, przeskakując z jednego mózgu do drugiego w procesie szeroko rozumianego naśladownictwa². Ujęcie, jakie zaproponował Dawkins stało się początkiem memetyki, dziedziny nauki zajmującej się badaniem memów i ich społecznych następstw.

W kontekście niniejszych rozważań niezwykle ważne wydaje się stwierdzenie Dobrosławy Wężowicz-Ziółkowskiej, w którym niejako doprecyzowuje ona pojęcie memu zdefiniowanego przez Dawkinsa. Autorka w artykule „Przemoc symboliczna albo o społecznych warunkach ewolucji memetycznej” opublikowanym w czasopiśmie „Teksty z ulicy. Zeszyty memetyczne”, które podejmuje zagadnienia związane z memetyką – oznajmia, że nie powinno się mówić o jakiejś idei czy wzorze informacji w kontekście memetyczności do momentu zreplikowania (powtórzenia) jej, a więc narażenia kogoś na infekcję³. Zatem sama idea, melodia, zwrot, itd. nie może być memem – wedle definicji brytyjskiego ewolucjonisty rozwijanego przez polską badaczkę – dopóki nie zostanie przekazane dalej – kolejnemu uczestnikowi tego memetycznego procesu.

Różne podejścia – psychologiczne, kognitywne czy już wcześniej przytaczane biologiczne (za sprawą Dawkinsa) – inaczej definiują mem. Plotkin (definicja psychologiczna) określał mem jako analogiczną do genu jednostkę spuszczającą kulturowej, wewnętrzną reprezentację wiedzy. Definicja kognitywna sprecyzowana przez Dennetta mówi, że mem jest złożonym pojęciem przybierającym charakterystyczną, łatwą do zapamiętania postać. Materialne przejawy memu są środkami jego rozprzestrzeniania się⁴.

Susane Blackmore pojęcie memu integruje z genem. W swoich przemyśleniach – bardziej niż Dawkins – upatruje równoległego procesu multiplikacji obu tych jednostek – genetycznej i kulturowej. Jej zdaniem proces ewolucji został rozpoczęty przez kolejne naśladowanie genów, ale również memów. Zdaniem Blackmore, ludzki mózg nie przypominałby tego, z którym mamy do czynienia obecnie, gdyby nie współwystępowanie rozwoju memetycznego i genetycznego.

Co istotne, zdaniem Blackmore, nie można mówić o czymś takim jak pierwszy mem – raczej należy rozpatrywać oryginalną jednostkę kulturową w kategoriach zbioru gestów, znaków, dźwięków, a także podstawowych umiejętności – takich jak rozpalenie ognia. Brytyjska psycholog zadała sobie pytanie „Dlaczego mamy takie duże mózgi?”. Doszła do wniosku, że początkowo powolny rozwój znacznie przyspieszył – człowiek na początku kopiował powoli, ale im więcej memów było do kopiowania, tym bardziej nasz mózg musiał się do tego przy-

² R. Dawkins, *Samolubny gen*, przekł. M. Skoneczny, Prószyński i S-ka, Warszawa 2007, s. 266.

³ D. Wężowicz-Ziółkowska, *Przemoc symboliczna albo o społecznych warunkach ewolucji memetycznej*, „Teksty z Ulicy. Zeszyt memetyczny”, nr 11, Uniwersytet Śląski, Katowice 2007.

⁴ R. Brodie, *Wirus umysłu*, przekł. P. Turski, TeTa Publishing, Łódź 1996, s. 23-29.

stosować – memetycznie, dzięki czemu więcej pojmował i zapamiętywał, ale i genetycznie – powiększając się. Na poziomie memów występuje także presja selekcyjna. Jednostki kulturowe biją się o nasze zainteresowanie.

Dzięki procesowi społecznej replikacji memów dochodzi – z jednej strony – do powolnego eliminowania tych mających mniejszy potencjał, z drugiej, do podnoszenia rangi jednostek przekazu kulturowego lepiej przystosowanych do przekazywania. Trudno jednoznacznie stwierdzić, co powoduje, że dana jednostka jest długowieczna, a inna nie przetrwa nawet kilku sekund. Należy jednak przypuszczać, że tak jak w genetyce, tak i w memetyce istnieje pewnego rodzaju dobór naturalny, a w zasadzie dobór memetyczny. Detalem, który może świadczyć o wysokim potencjale naśladownictwa danego memu jest łatwość tworzenia jego wiernych kopii. W sytuacji kiedy mamy prostą, możliwie łatwą do zanucenia i zapamiętania melodię, prawdopodobieństwo przekazania infekcji przez „memonadawcę” jest dużo wyższe niż w sytuacji, gdy jest ona skomplikowana i trudna do powtórzenia. Dzięki temu ta melodia będzie w sposób wirusowy opanowywać kolejne umysły. Nic też nie stoi na przeszkodzie, by w którymś z tych umysłów – przez kontakt z innym memem – powstała mutacja tejże melodii, która stanie się zupełnie odrębną jednostką przekazu kulturowego.

Dla procesu replikacji memów istotne znaczenie ma kontekst, w jakim następuje przekazanie, a także źródło, z którego memy wypływają. W książce autorstwa Susan Blackmore o tytule „Maszyna memowa” czytamy: „Ileokroć naśladujemy siebie nawzajem, coś nieuchwytnego wędruje od jednej osoby do drugiej. Tym czymś jest mem”⁵. Blackmore w rozdziale „Wielki mózg”, kilkakrotnie przytacza regułę naśladowania najlepszych naśladowców jako pewnego rodzaju magiczną receptę na sukces memetyczny. Wydaje się jednak, że samo naśladownictwo najlepszych naśladowców nie będzie skuteczne, jeżeli zostanie pozostawione samemu sobie, bez oparcia memów w ugruntowanej idei, która de facto również jest sukcesem memetycznym, jednak zrealizowanym wcześniej. Bez podatnego gruntu pula memów ma niewielkie szanse na skuteczną replikację. Co więcej, nie jest tak, jak pisze Blackmore, że to, co uchodzi za najlepsze, rozprzestrzenia się najszybciej. Wirus umysłów często bywa nieobliczalny i możemy doszukiwać się czynników, które spowodowały, że okazał się skuteczny jedynie post factum.

Dawkins poprosił N. K. Humphrey’a o skomentowanie jego przemyśleń na temat idei memu. Ten wskazał jeszcze jedną, z punktu widzenia wirusowości, niezwykle ważną cechę memów, jest ich płodność. Humphrey porównał mem do pasożyta, który podporządkowuje sobie aparat genetyczny komórki gospodarza, a w przypadku memetyki – mózgu. Na przykład mem „wiera w życie po śmierci” jest prawdziwy nie tyle w sferze umysłowej, ale także fizycznej – re-

⁵ S. Blackmore, *Maszyna memowa*, przekł. N. Radomski, Rebis, Poznań 2002, s. 94.

plikowany przez tysiące lat na stałe zadomowił się w układach nerwowych ludzi na całym świecie⁶.

Opisane tutaj pojęcie memu, które wprowadził Dawkins⁷, było szeroko dyskutowane. Henry Plotkin określał je jako wewnętrzną reprezentację wiedzy, z kolei Daniel Dennett wypowiadał się na jego temat w szerszej perspektywie – mówił o memach łączących się w zbitki – mempleksy, które są zorganizowanymi systemami wiedzy⁸.

Wirusy umysłu, o których już wcześniej wspomniano, najprawdopodobniej istniały zawsze. Te zaraźliwe, połączone ze sobą memy odmieniają myśli, a nawet losy osób, które się nimi zakaziły⁹. Jak pisze Richard Brodie w książce „Wirus umysłu” – „mem jest szyfrem (...), kamieniem z Rosetty umożliwiającym zrozumienie istoty religii, polityki, psychologii i ewolucji kulturowej”¹⁰.

Myśląc o memach należy zdawać sobie sprawę z zagrożeń, jakie z nich płyną – przecież to nasze mózgi przekazują impulsy skłaniające do wykonywania czynności i zachowań. Memy podobnie do genów, różnią się tolerancją dla środowisk, w których występują. Niektóre z nich rozmnażają się szybko, ale np. mają krótki czas „egzystencji” (mody), podczas gdy inne są kopiowane wolno – proces dostosowywania się do warunków jest wówczas bardziej precyzyjny, ale utrzymują się przez bardzo długi czas (religie).

W swoich przemyśleniach Blackmore idzie jeszcze dalej. Twierdzi, że tak jak geny skonstruowały mózg, który między innymi odpowiada za replikację jednostek kulturowych, tak memy skonstruowały kolejny, tym razem trzeci replikator – komputery (maszyny). Odpowiadają one za rozprzestrzenianie informacji w cyberprzestrzeni.

III. Mem internetowy

Warto zauważyć, że popularne formy komunikacji internetowej, czyli potocznie nazywane memy internetowe, które stanowią przedmiot omawianego

⁶ R. Dawkins, *Samolubny gen*, przekł. M. Skoneczny, Prószyński i S-ka, Warszawa 2007, s. 267.

⁷ Jak jednak przypomina Wężowicz-Ziółkowska, brytyjski biolog nigdy nie uważał, że idea memu jest zupełnie nowym pomysłem (John Laurent w „The Journal of Memetics” sugerował, że słowo „mem” może mieć źródło m.in. w książce „Die Mneme” Richarda Semona z 1904 roku, w której to omawiany jest kulturowy transfer doświadczeń, czy w pracy Maurice’a Maeterlincka „The Life of the White Ant” z 1926 roku). Zob. D. Wężowicz-Ziółkowska, *Jednostka pamięci kulturowej. Próba kulturoznawczej redefinicji i interpretacji hipotezy memetycznej*, „Teksty z Ulicy. Zeszyt memetyczny”, nr 15, Uniwersytet Śląski, Katowice 2014 oraz D. Wężowicz-Ziółkowska, *Moc narrativum. Idee biologii we współczesnym dyskursie humanistycznym*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2008.

⁸ M. Kamińska, *Nieczne memy. Dwanaście wykładów o kulturze internetu*, Galeria Miejska Arsenau, Poznań 2011, s. 60-62.

⁹ R. Brodie, *Wirus umysłu*, przekł. P. Turski, TeTa Publishing, Łódź 1996, s. 11-20.

¹⁰ Tamże, dz. cyt., s. 23.

w niniejszym artykule badania, nie są tym, co w literaturze nazywane jest memem sensu stricto. Nawiązując do recenzji¹¹ artykułu Marty Juzy „Memy internetowe – tworzenie, rozpowszechnianie, znaczenie społeczne”¹² autorstwa Elżbiety Kwade i uwag dotyczących aparatu definicyjnego zastosowanego przez autorkę diskutowanego artykułu, należy podkreślić, że na potrzeby tego projektu badawczego przyjęto rozumienie memu internetowego proponowanego przez brytyjskich badaczy kulturowych, m.in. Stuarta Halla i Johna Fiske, czyli jako wytworu kultury pierwotnie dystrybuowanej w internecie¹³. Zespół badawczy interesują więc memy internetowe rozumiane jako forma przekazywanej – z założenia spontanicznie – treści, „oznaczenie popularnego semiotycznie kompleksu transmitowanego via ICT, najczęściej w funkcji tak zwanego żartu internetowego”¹⁴. Magdalena Kamińska w książce „Niecne memy” pisze, że dla niektórych internautów mem internetowy jest metaforą memu zdefiniowanego przez Dawkinsa, a dla innych jest on dosłownie zwizualizowanym memem kulturowym¹⁵.

Jak zaznacza Wiktor Kołowiecki, memy internetowe budzą kontrowersje, gdyż przez wielu są uważane za spłylenie idei memów, którą zaproponował Dawkins. Zresztą sama memetyka jest przedmiotem wielu dyskusji – pojawiają się głosy, że nie ma słuszności w opisywaniu procesów kulturowych w kategoriach biologicznych, darwinowskich. Kołowiecki przyjął, że mem internetowy to zdigitalizowana jednostka informacji (tekst, obraz, film, dźwięk), rozpowszechniona w Internecie, która zostaje skopiowana, przetworzona i w tej przetworzonej formie opublikowana¹⁶.

Próba zdefiniowania memu internetowego prowadzi tu do pojęcia emblematu, rozumianego jako kompozycja literacko-obrazowa, której korzeni należy upatrywać w XVI wieku i która składa się z lemma (sentencja, motto), imago (obraz) oraz subskrypcji (dłuższy od lemma tekst rozwijający sens obrazu oraz tłumaczący związek lemma z imago). Podobną, a w wielu przypadkach identyczną strukturę dostrzegamy w publikowanych w internecie memach¹⁷.

¹¹ E. Kwade, O, *memo! Recenzja artykułu Marty Juzy, Memy internetowe – tworzenie, rozpowszechnianie, znaczenie społeczne*, „Studia Medioznawcze” 2013, nr 4, „Teksty z Ulicy. Zeszyt memetyczny”, nr 15, Uniwersytet Śląski, Katowice 2014.

¹² M. Juza, *Memy internetowe – tworzenie, rozpowszechnianie, znaczenie społeczne*, „Studia Medioznawcze”, nr 4, Instytut Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2013.

¹³ Warto odnotować fakt coraz częstszego redystrybuowania memów internetowych w tzw. starych mediach (telewizja, prasa).

¹⁴ M. Kamińska, *Niecne memy. Dwanaście wykładów o kulturze internetu*, Galeria Miejska Arsenal, Poznań 2011, s. 61.

¹⁵ Tamże, s. 61.

¹⁶ W. Kołowiecki, *Memy internetowe, jako nowy język internetu*, „Kultura i Historia”, nr 21, Instytut Kulturoznawstwa Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 2012.

¹⁷ W dalszej części artykułu pojęcia mem i mem internetowy będą stosowane zamiennie, ale będą dotyczyć memu internetowego (za definicją W. Kołowieckiego).

Wśród cech wspólnych, które można przypisywać memom internetowym jest niewątpliwie ich humorystyczny charakter, czytelność i konwencja. Elementem wyróżniającym memy jest ich intertekstualność, która ma związek z tekstami kultury, ale także z innymi memami – noszą w sobie znamiona naśladownictwa, pojawiającego się w pracach Blackmore, a które u Dawkinsa występuje pod hasłem „replikacja”.

Mem internetowy to forma synkretyczna, charakteryzująca się wariacyjnością i łatwością transkodowania kulturowego. Memy z jednej strony śmieją lub wzbudzają zachwyt, z drugiej natomiast powodują u odbiorców zadumę czy poczucie mentalnego dyskomfortu. Bez wątpienia popularność, jaką w ostatnich miesiącach cieszą się memy jest spowodowana ich osadzeniem w kontekście czasowym i sytuacyjnym – są swoistym komentarzem do bieżących wydarzeń, jeżeli pojawiają się w prasie, czy w telewizji, to właśnie w takim charakterze. Pełnią rolę soczewki dla tego, co internauci myślą na dany temat, wyrażają sentyment – pozytywny, negatywny, ironiczny, zwykle nie są neutralne¹⁸.

Mem jako forma wypowiedzi jest charakterystyczna dla Web 2.0. Daje możliwość współtworzenia sieci – awansuje odbiorców do roli twórców, ale także jest przejawem demokratyczności internetu – nie tylko oglądam, tworzę, również w szybki i łatwy sposób mogę się tym podzielić ze znajomymi, choćby poprzez funkcję serwisów społecznościowych (like, share, up, down).

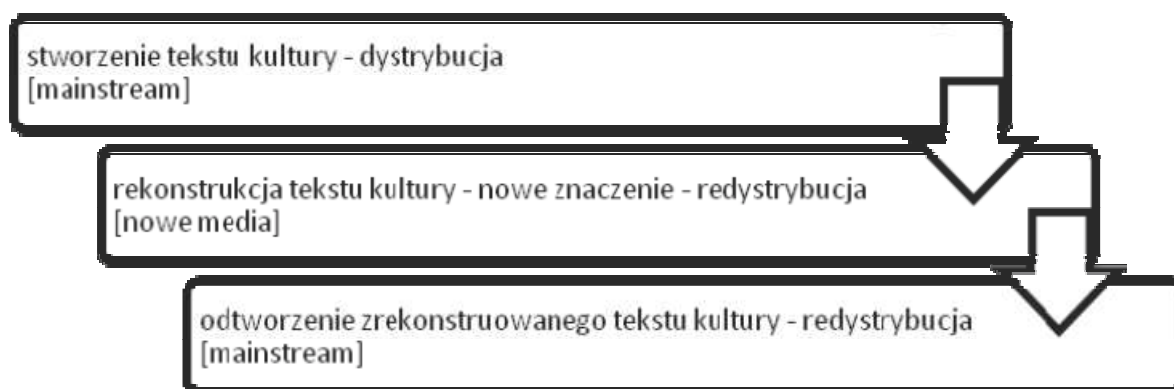
Próbując definiować memy internetowe należy zwrócić uwagę na ich funkcje społeczne. Po pierwsze, jak pisze Jakub Nowak, memy generują określone praktyki społeczne i kulturowe powiązane ze specyficznymi sposobami wykorzystywania wytworów przemysłu kultury. Powyższa funkcja jest związana ze swobodnym wykorzystywaniem reprezentacji stworzonej przez źródła mainstreamowe.

Autorzy memów tworzą nowe znaczenia i komunikaty – dochodzi do pewnego rodzaju rekonstrukcji i redystrybucji, ale już na innym polu – poza przemysłami kultury¹⁹. Obecnie można dostrzec, że opisana ścieżka dystrybucyjna memów wydłużyła się – Internet nie jest już jedynym środowiskiem komunikowania tych form wypowiedzi. Poniższy schemat obrazuje opisany powyżej proces.

¹⁸ Zob. A. Walkiewicz, *Czym są memy internetowe? Rozważania z perspektywy memetycznej*, „Teksty z Ulicy” 2013, nr 14, W. Borkowski, A. Nowak, *Wpływ społeczny jako model rozprzestrzeniania się memów*, „Teksty z Ulicy” 2005, nr 9, s. 44-68, L. Börzsei, *Makes a Meme Instead: A Concise History of Internet Memes*, „New_Media/Studies” 2013, no. 7, pp. 152-189.

¹⁹ J. Nowak, *Memy internetowe: teksty (cyfrowej) kultury językiem krytyki społecznej*, w: „Współczesne media. Język mediów”, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 2013.

Rysunek 1. Ścieżka dystrybucji memów [opracowanie własne]



Drugą funkcją społeczną memów jest wytwarzanie emocjonalnych więzi pomiędzy członkami społeczności kodującymi i dekodującymi przekazy w nich zawarte. Jeśli bowiem potraktujemy przestrzeń wirtualną, w której powstają memy do współczesnego, metaforycznego „karnawałowego placu” opisywanego przez Michaiła Bachtina²⁰ – a byłoby to ze wszech miar uzasadnione – to można stwierdzić, że memy stanowią nowoczesne formuły wyrażania języka familiarno-jarmarcznego. Jak pisze Bachtin: „plac stanowił ośrodek całej «nieoficjalności», w świecie oficjalnego porządku i oficjalnej ideologii korzystał jak gdyby z praw «eksterytorialności», był zawsze «za ludem». (...) Panował tu swoisty typ kontaktów – kontakty swobodne, rodzinne, jarmarczne. W pałacach, kościołach, instytucjach, w prywatnych domach panowały hierarchiczne zasady obcowania, etykieta, normy przyzwoitości. Na placu dźwięczała też odmienna mowa – mowa rodzinna, niemal odrębny język, niemożliwy gdzie indziej (...) różniący się od potocznego języka klas panujących”²¹. Memy internetowe w mechanizmie detabuizowania zaburzają właśnie normy hierarchii i etykiety obecne w języku oficjalnym, co zaobserwowano również w badanym materiale. Kolejną ważną cechą „słowa jarmarcznego” jest pewna ambiwalencja, wieloznaczność, operowanie napięciem pomiędzy pochwałą a naganą: „Jarmarczne pochwały i jarmarczne wyzwiska to jak gdyby dwie strony tego samego medalu. Jeśli prawa jest pochwałą, to lewa obelgą, lub odwrotnie. Jarmarczne słowo to dwulicy Janus. Pochwałą jarmarczna jest (...) ironiczna i ambiwalentna. (...) Dlatego też tego rodzaju mowa uwolniona spod władzy norm, hierarchii i zakazów powszechnego języka – przekształca się niejako sama w szczególny język, w swoisty *argot* języka oficjalnego. Tym samym mowa taka

²⁰ M. Bachtin, *Słowo jarmarczne*, przekł. A. Goreń i in., w: *Antropologia słowa*, Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2004, s. 266-272. Cała koncepcja w książce: M. Bachtin, *Twórczość Franciszka Rabelais’go a kultura ludowa średniowiecza i renesansu*, przekł. A. Goreń i in., Wydawnictwo Literackie, Kraków 1975.

²¹ M. Bachtin, dz. cyt., s. 268.

wytwarza również szczególny kolektyw – kolektyw ludzi wtajemniczonych w obcowanie familiarne, ludzi szczerych i swobodnych w kontaktach językowych²². Bachtin zwraca więc uwagę, że to łamanie sztywnych norm języka oficjalnego służy konstytuowaniu wspólnoty komunikacyjnej, która jest zjednoczona zarówno formą, jak i interpretacją. Dlatego też komunikacja karnawałowo-jarmarczna musi być nacechowana i dialogiczna: „Język ów odznacza się brakiem neutralnych słów i zwrotów. Jako mowa potoczna, zawsze ma adresata, zawsze do kogoś się zwraca, ma do czynienia z rozmówcą, rozmawia z nim, dla niego albo o nim”²³.

Można poza tym powiedzieć, że memy stanowią typ tekstów o charakterze mieszanym i przejściowym, łączącym cechy ustności i literackości, języka mówionego i pisanego. Z jednej bowiem strony operują tekstem pisanym – to oczywiste. Z drugiej natomiast paradoksalnie noszą cechy tekstów oralnych, mówionych. Jerzy Bartmiński wymienia jako cechy oralności: dźwiękowość, dialogowość, teatralność (dramatyczność), synkretyzm kodów, sytuacyjność („kontekstualność”) oraz obecność specyficznych wyrażen (zwłaszcza struktur gramatycznych)²⁴. Można w uzasadniony sposób założyć, że w memach internetowych cechy oralności są często z powodzeniem realizowane poprzez obraz – dźwiękowość, synkretyzm kodów i zwłaszcza teatralność mowy, które tradycyjnie wyrażają się w prozodii i gestykulacji mówiącego, mogą być oddane na fotografii (w mimice, geście, pozie osoby portretowanej). Poza tym sytuacyjność, czyli „uwikłanie w (...) ogólnie rozumiane okoliczności komunikowania i to uwikłanie tak ściśle, że elementy sytuacji przenikają do tekstu słownego jako jego presupozycja, jako substrat informacyjny” jest wręcz cechą konstytutywną memów – dobry mem jest właśnie komentarzem do rzeczywistości społecznej, osadzonym w bieżącym kontekście komunikacyjnym. Dialogowość i gramatyczną konstrukcją zdań mówionych widać niezwykle często w tekstach zawartych w memach – to zwykle zwroty do adresata, pytania retoryczne czy opisy zbudowane z krótkich, czasem błędnych frazeologicznie i stylistycznie zdań. Ponadto dialogowość jest w ogóle istotą mema – mem dopełnia się dopiero w odbiorze i interpretacji, także dlatego, że często operuje ironią, aluzją, intertekstualnością, które pobudzają odbiorcę i każą mu domykać komunikat semantycznie i pragmatycznie.

Memy internetowe służą konstruowaniu i redefiniowaniu znaczeń kultury masowej i ostatnie – służą specyficznej normatywnej subwersji²⁵. Memy dają

²² Tamże, s. 268-269.

²³ Tamże, s. 271.

²⁴ J. Bartmiński, *Opozycja ustności i literackości*, w: *Antropologia słowa*, Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2004, s. 430-434.

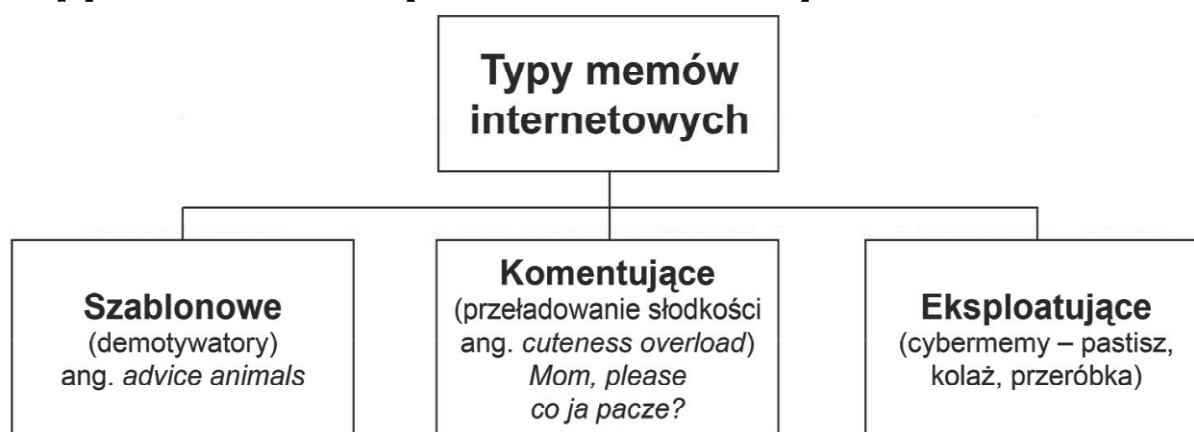
²⁵ J. Nowak, *O badaniu kultur popularnych online*, w: *Nowe media. Wyzwania i ograniczenia*, red. T. Gackowski, Instytut Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2013.

nam przyzwolenie na łamanie tabu czy chociażby norm obowiązujących w medialnym głównym nurcie. John Fiske – chociaż w „Zrozumieć kulturę popularną”²⁶ nie pisze wprost o kontekście Internetu – zauważa zjawisko przyjemności z nieprzyzwoitości (*naughty pleasure*): „Krzykliwość, nadmiar i brak smaku dostarczają (...) przyjemności, o których wiem, że są «nieprzyzwoite», ponieważ obrażają estetyczne i kulturowe gusta innych przedstawicieli klasy do której, obiektywnie ujmując «należę», a jednak przyjemności te są częściowo tak przyjemne właśnie ze względu na to, że atakują znane mi standardy klasowe i ideologię”²⁷.

Według Kołowieckiego memy internetowe można podzielić na trzy kategorie: szablonowe, komentujące, eksploatujące.

Rysunek 2. Typologia memów internetowych

[opracowanie własne, na podstawie: Kołowiecki, 2012]



Memy szablonowe, tak jak wskazuje nazwa kategorii, wyróżnia narzucony, niemodyfikowalny schemat, który można wypełniać treściami określonymi przez autora. Memy szablonowe „mają formę identycznego obrazka, który opatrzyć można własnym podpisem według mniej lub bardziej określonego wzorca. Czasem jest to tekst uzupełniany innymi obrazkami”²⁸. Istotną z punktu widzenia autorów memów jest możliwość ich tworzenia bezpośrednio w internecie, bez konieczności użycia programów służących do edycji obrazów (np. Adobe Photoshop). Prekursorem szablonowych memów były tzw. demotywatory, czyli formy graficzne nawiązujące do motywujących zdjęć wiszących na ścianach amerykańskich korporacji. Demotywator miał osiągać

²⁶ J. Fiske, *Zrozumieć kulturę popularną*, przekł. K. Sawicka, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2010.

²⁷ Tamże, s. 62.

²⁸ W. Kołowiecki, *Memy internetowe jako nowy język internetu*, „Kultura i Historia”, nr 21, Instytut Kulturoznawstwa Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, <http://www.kulturaihistoria.umcs.lublin.pl/archives/3637> (dostęp: 29 grudnia.2015 r.).

efekt przeciwny – „podpis pod obrazkiem, choć w humorystyczny sposób, przekazywał pesymistyczną wizję świata, służył jego krytyce”²⁹.

Druga kategoria, czyli memy komentujące, są rodzajem formy puentującej. Najczęściej jest to rysunek twarzy z jednoznacznie wyrażoną emocją dołączony do wcześniej funkcjonującego kadru. Memy komentujące wyróżniają się na tle pozostałych, ponieważ dają precyzyjną odpowiedź, jaki stosunek do komentowanej rzeczywistości ma autor mema³⁰.

Ostatnią z kategorii zaproponowanych przez Kołowieckiego są memy eksploatujące. Ich charakterystyczną cechą jest brak konkretnego przekazu. Ten rodzaj memu często wykorzystuje memy szablonowe. Bywa, że mem zaczyna być dystrybuowany jako komentujący lub szablonowy, po czym jest rekonstruowany i dostaje „drugie życie” jako mem eksploatujący. Tego typu memy cieszą się dużą popularnością, ale w krótkim okresie³¹.

IV. Analiza ilościowa

Na wstępie tego podrozdziału należy zaznaczyć jedną uwagę natury metodologicznej: otóż rozpoczynając projekt badawczy w pierwotnie założonym kształcie, stworzono instrumentarium służące analizie ilościowej. Uczyniono tak, ponieważ zakładano, że memów dotyczących Jana Pawła II będzie w przestrzeni internetowej znacznie więcej – zresztą przeprowadzone badanie pilotażowe potwierdzało takie domniemania. Jak jednak okazało się finalnie, memy odnoszące się do Jana Pawła II i jego działalności są mocno ograniczone liczbowo – w różnego rodzaju agregatorach memów, w witrynach przeszukiwanych przez wyszukiwarkę Google i inne wyszukiwarki odnaleziono łącznie nieco ponad 100 unikalnych memów internetowych (których część, co też trzeba zaznaczyć, była na różnych stronach chętnie powielana, kopiowana). Konkluzja o niewielkiej, ograniczonej liczbie memów tematycznych w badanym obszarze stanowi już pierwszy wniosek z analizy, ale nie zniechęca do tego, by zagregowane memy poddać prostej analizie ilościowej w odniesieniu do ich zawartości.

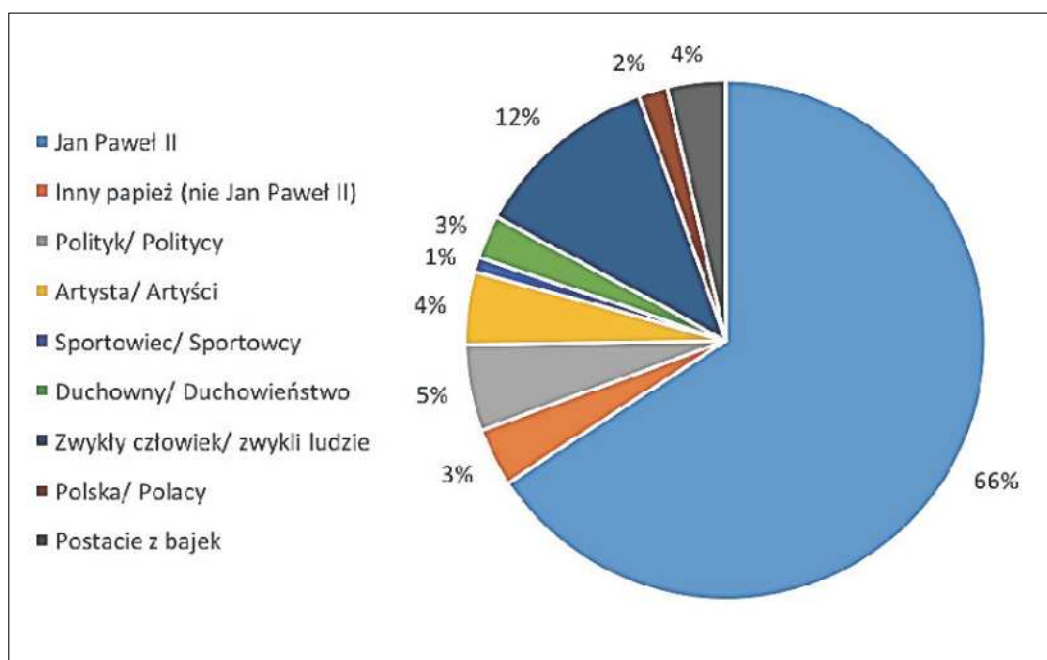
Zgromadzony materiał został zakodowany w specjalnie zaprojektowanym kluczu kategoryzacyjnym. Jednym z jego zadań było uzyskanie odpowiedzi, jakie grupy bohaterów pojawiają się w memach. Osoby kodujące miały do wyboru następujące kategorie aktorów: Jan Paweł II, inny papież (nie Jan Paweł II), polityk / politycy, artysta / artyści, sportowiec / sportowcy, duchowny / duchowieństwo, zwykły człowiek / zwykli ludzie, Polska / Polacy, postacie z bajek.

²⁹ Tamże.

³⁰ Tamże.

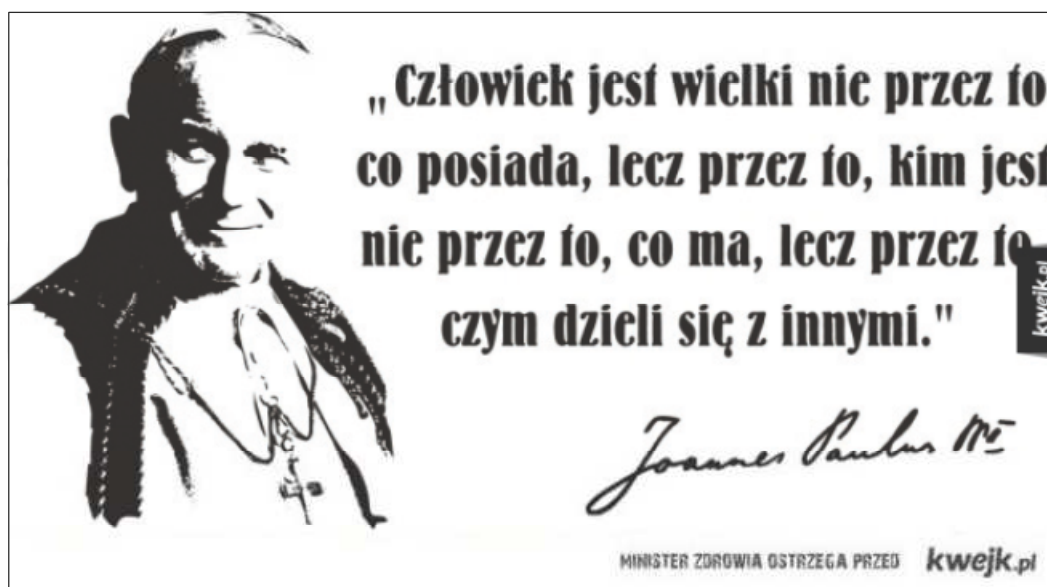
³¹ Tamże.

Wykres 1. Kategorie aktorów występujących w memach



W 66 proc. memów pojawiała się postać Jana Pawła II. Na uwagę zasługuje wynik aktora „zwykły człowiek / zwykli ludzie”, który pojawił się w 12 proc. memów. Trzecim pod względem częstości występowania aktorem byli politycy – 5 proc. Najrzadziej występującym bohaterem okazał się „sportowiec / sportowcy” – 1 proc. Warto odnotować wystąpienie każdej ze stworzonych kategorii bohaterów, co świadczy to, o właściwej konstrukcji klucza kodowego.

Poniższy mem reprezentuje najliczniejszą grupę komunikatów, w których pojawiła się osoba Jana Pawła II – jest charakterystyczny dla najliczniejszego typu memów:



Po lewej stronie widzimy postać Jana Pawła II, natomiast po prawej stronie widnieje cytat z jego wypowiedzi lub pisma jego autorstwa wraz z podpisem papieża po łacinie. Kolorystyka memu jest utrzymana w kolorze czarno-białym: tło jest białe, czcionka czarna, a postać papieża czarno-biała. Wydaje się, że takie barwy mają podkreślać znaczenie przekazu, podnosić jego rangę, skupiać uwagę odbiorcy przede wszystkim na treści, a nie formie. Tematyka memu została określona jako społeczno-kulturalna. Charakter memu, czyli wyróżniający się dominującym tekstem, dotyczy mniejszej liczby przebadanych komunikatów. Co ważne – tekst przedstawia temat materiału wizualnego w sposób deskryptywny.

Aktorami w sposób znacząco wyróżniający się pod względem ilości byli także zwykli ludzie. Poniższy przykład prezentuje ten typ aktorów.

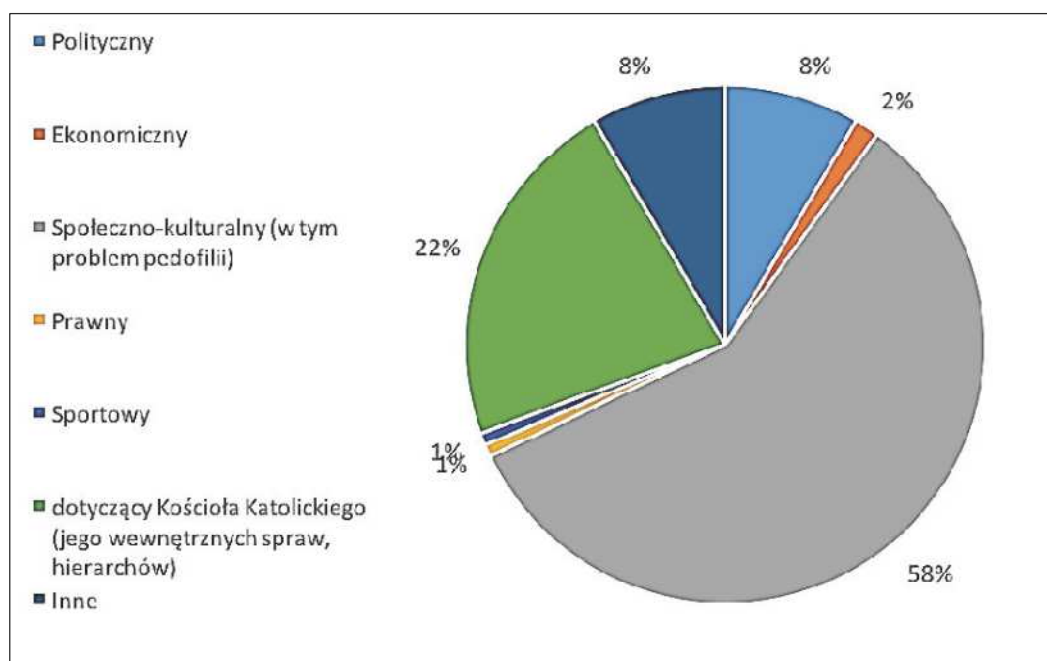


Mem przedstawia czarno-białe zdjęcie kobiety wtulonej w mężczyznę. Widać, że są blisko związani – prawdopodobnie są parą. Pod zdjęciem znajduje się biały napis – cytat Jana Pawła II o miłości, który można potraktować jako przykazanie dla zakochanych. Można więc powiedzieć, że tekst memu ukierunkowuje i precyzuje odbiór przekazu komunikowanego przez obrazek (który wcale nie jest jednoznaczny – gdyby przeanalizować dogłębnie choćby spojrzenie dziewczyny, można byłoby wyinterpretować co najmniej kilka możliwych znaczeń). Zauważona polisemiczność może być również uznana, w przypadku niektórych typów memów, za cechę dystyngującą, a nawet konstytutywną.

Podczas badania memów została także określona ich tematyka.

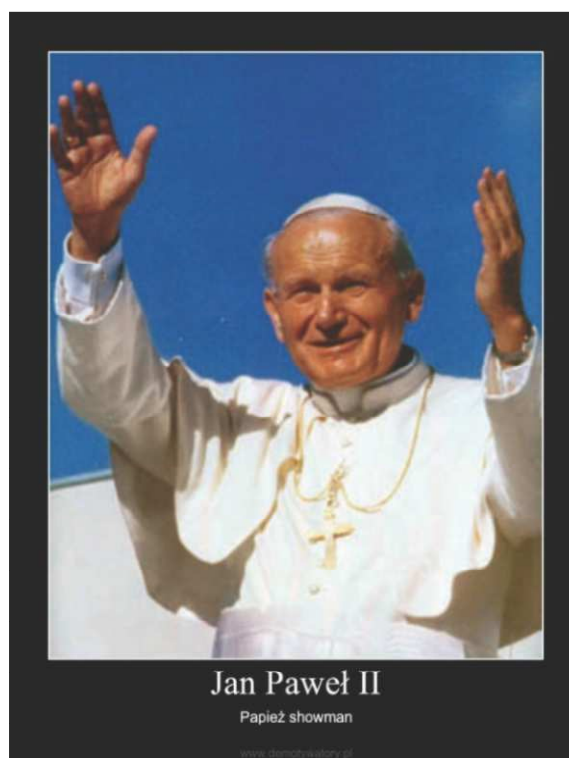
Zaprojektowany klucz kategoryzacyjny uwzględnił siedem tematów dominujących w memie: polityczny, ekonomiczny, społeczno-kulturalny, prawny, sportowy, dotyczący Kościoła Katolickiego oraz inne.

Wykres 2. Tematyzacja memów



Najczęściej pojawiającym się w badanych memach tematem był temat społeczno-kulturalny, w tym problem pedofilii, który dotyczył 58 proc. przeanalizowanych memów. 22 proc. memów odnosiło się do spraw dotyczących Kościoła Katolickiego. Przykładowy komunikat, który łączy w sobie dwa najczęściej pojawiające się wątki tematyczne zamieszczono poglądowo poniżej.

Mem przedstawia papieża Jana Pawła II w białej sutannie. Najważniejszy hierarcha w Kościele rzymskokatolickim stoi na tle błękitnego nieba i unosi ręce do góry w geście błogosławieństwa. Jego twarz wyraża miłość, życzliwość i radość. Obraz wywołuje więc jednoznacznie pozytywne konotacje. Tymczasem tekst, którym opatrzone jest zdjęcie, ma już raczej ambiwalentny wydźwięk – użycie w podpisie słowa „showman” (wielkość czcionki również ma swój wydźwięk – stopniowalność dekodowania znaczenia mema) sugeruje przypisanie papieżowi egoistycznych, interesownych motywacji zamiast humanistycznych, altruistycznych, które wynikałyby z mimiki i gestykulacji papieża.



Najmniej memów dotyczyło tematyki prawnej (po lewej stronie) i sportowej (po prawej stronie) – oba tematy pojawiły się w zaledwie 1 proc. memów. Poniższe dwa memy przedstawiają takie właśnie konteksty. O ile mem odnoszący się do Galileusza ma pewną wartość informacyjną, edukacyjną, o tyle zarówno ten, jak i drugi obrazek charakteryzuje osobliwa prostota kompozycyjna i perswazyjna. W pierwszym memie trudno odnaleźć uzasadnienie połączenia tego typu zdjęcia i tego typu tekstu (zdjęcie zawarte w memie można by z powodzeniem zastąpić każdą inną fotografią papieża), natomiast drugi operuje dość prostym i raczej niezabawnym żartem. Warto w tym miejscu zasygnalizować wątek, który zostanie szerzej rozpisany na kolejnych stronach.



Mianowicie, w memie poświęconym uznaniu w 1992 r. przez Jana Pawła II faktu, iż potępienie Galileusza przez Kościół Katolicki za głoszenie heliocentrycznego poglądu objawia nam się kolejna, istotna funkcja internetowego memu. Otóż, internetowy mem, w tym konkretnym ujęciu, urasta do rangi popkulturalnej instancji poznawczej. Dzięki temu memowi internauci dowiadują się o tym, kiedy Galileusz miał zostać zrehabilitowany przez Kościół Katolicki, w szczególności przez papieża Jana Pawła II. Sposób użytkowania Internatu winien zachęcać do naturalnej weryfikacji różnych wiadomości, także tych informacji, które pochodzą ze świata memów. Jednakże wydaje się, iż sposób odbioru memów (ich wizualność i syntagmatyczna narracyjność) może osłabiać wolę weryfikacji treści, jakie niosą one ze sobą. Dlatego też owa instancyjność poznawcza może być złudna. Warto bowiem pamiętać, iż Jan Paweł II – w duchu Soboru Watykańskiego II – dokonał ustnej rehabilitacji Galileusza, zaledwie kilkanaście miesięcy po swoim wyborze na tron piotrowy. Otóż na sesji Papieskiej Akademii Nauk (10 IX 1979) Jan Paweł II, mówiąc

o Galileuszu, zauważył „musiał wiele wycierpieć... ze strony ludzi i instytucji Kościoła. Sobór Watykański uznał pewne swoje postawy za niewłaściwe i wyraził z tego powodu ubolewanie, co przeczytać możemy w 36 numerze Konstytucji duszpasterskiej o Kościele w świecie współczesnym *Gaudium et spes...* Odniesienie do Galileusza stoi wyraźnie w załączonym do tego tekstu przypisie, w którym cytowany jest tom *Vita e opere di Galileo Galilei* autorstwa Pio Paschiniego, wydany przez Papieską Akademię Nauk”. „Galileusz wprowadził zasadę interpretowania świętych ksiąg wykraczającą poza ich dosłowny sens, ale będącą w zgodzie z ich intencją i rodzajem wykładni właściwej dla każdej z nich”³².

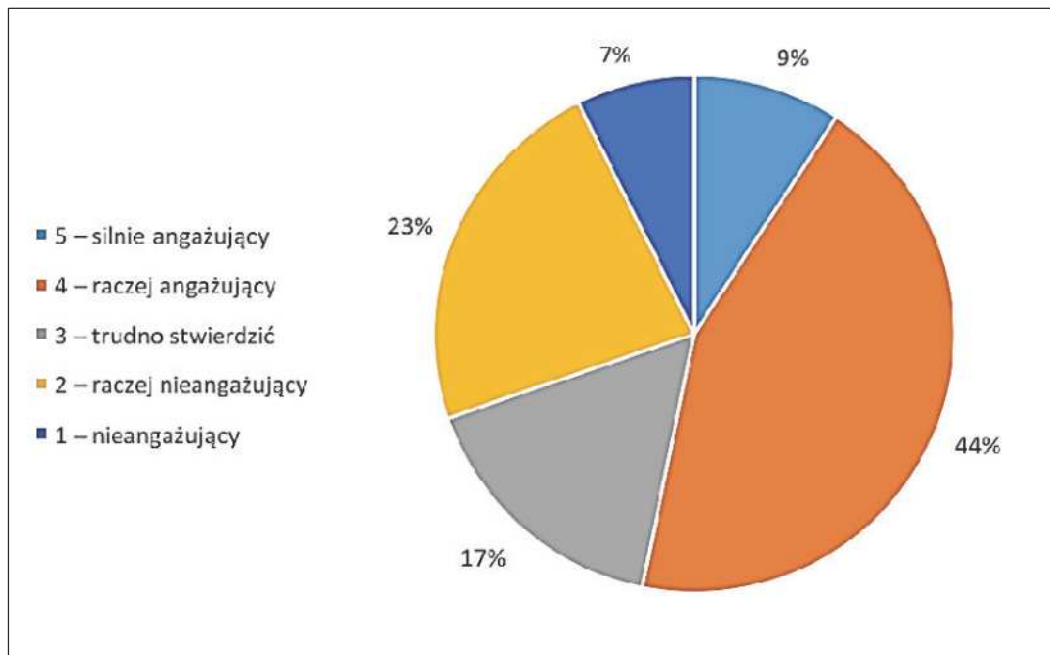
Nadto, papież powołał także (31 VII 1981) specjalną komisję do zbadania sporu ptolemejsko-kopernikańskiego XVI i XVII wieku, do którego należy „sprawa Galileusza”. Puentą tych działań było przedstawienie przez Jana Pawła II – zgodnie z treścią mema – 31 października 1992 r., na sesji plenarnej Papieskiej Akademii Nauk z udziałem Korpusu Dyplomatycznego akredytowanego przy Stolicy Apostolskiej, wraz z kardynałem Poupardem, wyników prac komisji. Należy więc uznać, iż mem w swym edukacyjnym, poznawczym wymiarze jest w szczególności narażony na istotne uproszczenia ze strony jego twórców, którym przede wszystkim przyświeca cel perswazyjny, w mniejszym stopniu informacyjny czy edukacyjny. Trzeba też pamiętać, iż pod właściwą treścią mema, znajduje się silnie perswazyjna i polisemiczna adnotacja – mniejszą czcionką, w kolorze białym – „Lepiej późno, niż wcale”. Interpretacja rzeczony konstatacji może być różna. Możemy ją odnosić względem Jana Pawła II, ale możemy ją odnosić w ogóle do Kościoła Katolickiego, któremu rehabilitacja – podług narracji komentowanego mema – zajęła ponad 350 lat. Reasumując powyższy przykład, warto odnotować owy potencjał poznawczy, edukacyjny memów internetowych, przy równoczesnym wskazaniu, iż w istocie bardzo łatwo w tym typie komunikacji o daleko idące uproszczenia, by nie powiedzieć nieścisłości, czy przekłamania.

Przechodząc do kolejnych ustaleń, płynących z wykonanej analizy, zespół badawczy określił również emotywność analizowanych memów. Okazało się, że tylko 9 proc. z nich było dla badaczy silnie angażujące. Daje to podstawę do stwierdzenia, że memy, które były przedmiotem badania nie posiadały elementarnej cechy memów internetowych, czyli działania wzbudzającego jednoznaczne emocje (na osi binarnej śmiech/zachwył – zaduma/dyskomfort).

Jak wskazuje poniższy wykres, 7 proc. memów okazało się nieangażującymi. 23 proc. memów oznaczono jako trudne do jednoznacznego określenia, czy są ematywne. Najwięcej „obrazków” zostało określonych jako raczej angażujące – 44 proc.

³² „Acta Apostolicae Sedis”, 71 (1979), s. 1461-1468.

Wykres 3. Emotywność memów



Przykładem komunikatu, który został oceniony mianem raczej nieangażującego, czyli zaliczający się do drugiej grupy pod względem liczebności (23 proc.) był mem przedstawiający Jana Pawła II w białej szacie na niebieskim tle. Papież trzymał rękę w sposób znany z obrzędu błogosławieństwa. Napis obok obrazka brzmi „Jan Paweł II Papież. Szanowany przez wszystkich. Bez względu na wyznanie i przekonania”. Autor memu podkreślił tym samym powszechny szacunek do osoby papieża Polaka.

Mem, który uznano z kolei za silnie angażujący, pokazuje Jana Pawła II pochylającego się przed figurką Matki Boskiej. Papież najprawdopodobniej się modli, a scena ta ma miejsce w kościele. Obrazkowi towarzyszy tekst o charakterze humorystycznym. W tym przypadku uwagę przyciąga figurka Matki Boskiej oraz żartobliwy napis: „Przepraszam najmocniej, ma pani może papieroskiem poczęstować?”

V. Analiza semiotyczna – studia przypadków

Poniżej zostaną opisane memy wyróżniające się w zgromadzonej próbie. Należy jednak zaznaczyć, że wybór ciekawych poznawczo i interpretacyjnie memów, operujących bogatą siatką skojarzeń, nie był łatwy. Zagregowane memy okazały się, generalnie rzecz biorąc, dość miałkie – bazowały na prostej kontrowersji, nieskomplikowanym dowcipie, abstrahowały od subtelного użycia ironii czy absurdu. Zdecydowana ich większość okazała się płaska pod względem semiotycznym.

Analiza semiotyczna wybranych, ciekawszych komunikatów z jednej strony prezentuje ich złożony, najbardziej prawdopodobny przekaz (ideę), natomiast z drugiej wskazuje sieć konotacji, kontekstów, do pewnego stopnia kapitał symboliczny postaci i zjawisk, który wykorzystano do skonstruowania takiego, a nie innego znaczenia memu. Ideami³³ na potrzeby niniejszej analizy nazwano wszystko to, co za definicją Ferdinanda de Saussure'a jest elementem znaczącym (signifié)³⁴ oraz – za poglądem francuskiego filozofa Rolanda Barthesa – znajduje się na pierwszym, drugim i trzecim poziomie znaczenia (denotacje, konotacje i mity)³⁵, czyli co za sobą skrywa zgromadzona próba badawcza, jakie budzi skojarzenia, co daje odbiorcy na poziomie wiedzy i odczuć, jakie wywołuje u niego przemyślenia.

Według Gillian Rose „znak składa się z dwóch elementów, które można wyróżnić jedynie na poziomie analitycznym, w praktyce są one ze sobą zintegrowane”³⁶. Pierwszym elementem wspomnianym przez Rose – w przypadku niniejszej analizy – są powyżej przedstawione idee, natomiast tym drugim elementem jest kapitał symboliczny, a mianowicie graficzna forma znaku (w przypadku memów zwykle w postaci obrazu i tekstu).



Ideą powyższych memów jest ukazanie Jana Pawła II jako wzoru, ale na poziomie aksjologii i deklaracji, a nie na poziomie wiedzy i zrozumienia. Kapitałem symbolicznym memu po lewej stronie jest Willy Wonka, bohater filmu

³³ Tę nomenklaturę stosuje także Gillian Rose – zob. G. Rose, *Interpretacja materiałów wizualnych. Krytyczna metodologia badań nad wizualnością*, przekł. E. Klekot, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2010.

³⁴ F. de Saussure, *Kurs językoznawstwa ogólnego*, przekł. K. Kasprzyk, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2002, cz. 1, s. 76-81.

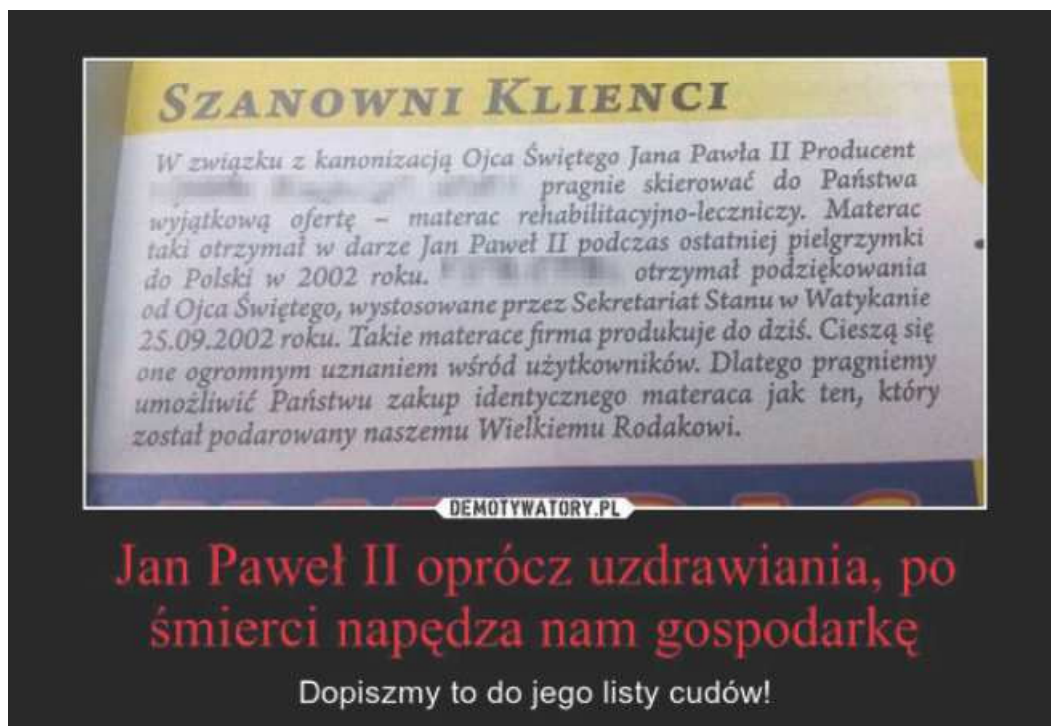
³⁵ R. Barthes, *Mitologie*, przekł. A. Dziadek, Wydawnictwo KR, Warszawa 2000 oraz R. Barthes, *Podstawy semiologii*, przekł. A. Turczyn, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2009.

³⁶ G. Rose, *Interpretacja materiałów wizualnych. Krytyczna metodologia badań nad wizualnością*, przekł. E. Klekot, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2010, dz. cyt., s. 106.

„Willy Wonka i fabryka czekolady”, ekranizacji powieści Ronalda Dahla „Charlie i fabryka czekolady” wydanej w 1964 roku. Drugi mem (po prawej stronie) zbudowany jest na wiedzy odwołującej się do reformy emerytalnej w Polsce (podwyższenie wieku emerytalnego), symbolicznych napięć polsko-niemieckich i kontrowersyjnej abdykacji Benedykta XVI.

Oba prezentowane powyżej komunikaty można zakwalifikować – zgodnie z systematyką Kołowieckiego – do memów szablonowych. Mem po lewej stronie jest pewnego rodzaju szyderczym uśmiechem do wszystkich osób, które twierdzą, że ich wzorem jest Jan Paweł II. Osoby, które nie czytały żadnej z encyklik autorstwa polskiego papieża, a wypowiadają się w tonie, który prezentuje pierwsza – górna fraza, otrzymują rodzaj pstryczka w nos. Ironia autora memu przejawia się pytaniem retorycznym – panuje powszechna wiedza, że niewiele osób – Polaków czyta jakiegokolwiek książki, nie mówiąc o encyklikach, których lektura wymaga większego zaangażowania intelektualnego.

Mem po prawej stronie w formie żartu prezentuje – przez pryzmat historii i doświadczeń – opinie Polaków o samych sobie, aktach prawnych (w tym przypadku zmianie ustawy emerytalnej), ale także stosunek do naszych zachodnich sąsiadów.



Autor mema wskazuje na nadmierną „pracowitość” polskiego społeczeństwa jako na dowód niższości wobec Niemców („My tyle harujemy, a nic z tego nie mamy, jeszcze emerytury mamy takie niskie, o ile w ogóle do nich dożyjemy”). Tego typu słowa-klucze na poziomie konotacyjnym, a może nawet

i mitycznym funkcjonują w samym społeczeństwie. Ukazywana jest tutaj wyższość Zachodu nad biednymi Polakami, którzy o wszystko muszą walczyć. Ta walka i niesprawiedliwość społeczna wykracza poza klasę niską i średnią, również zaczyna dotyczyć środowisko elit – w tym wypadku kościelnych.

Kolejny mem, który można zaliczyć do kategorii memów szablonowych, wyśmiewa monetyzację wizerunku Jana Pawła II. Przestrzenia, w jakiej wyrażona jest ta idea, nie jest obraz sensu stricto, ale język, figura „Wielkiego Rodaka”. Demotywowator składa się z trzech części – elementem znaczącym jest tutaj zdjęcie ogłoszenia, oraz dwa hasła. Twórca ogłoszenia zachęca – w nienachalnej formie („pragniemy umożliwić Państwu zakup”) – do kupna pewnego typu materaca rehabilitacyjno-leczniczego, na którym w czasie swojej pielgrzymki do Polski spał Ojciec Święty. Autor mema wykpiwa osoby, które wykorzystują wizerunek Jana Pawła II dla własnego interesu. Robi to przez ironię zawartą w pierwszym i drugim hasle, w którym zestawia prawdziwy cud – wymodlony przez wstawiennictwo Jana Pawła II – uzdrowienia z pobudzeniem gospodarki. Wnosi – w sposób prześmiewczy – o dopisanie „napędzania gospodarki” (przez sprzedawanie materaców, na których rzekomo sypiał polski papież) do jego listy cudów.

Powyższy demotywowator umieszcza postać Jana Pawła II w roli katalizatora społecznego działania – papież jako wzór do naśladowania, a nie podziwiania. Mem niejako obnaża niewłaściwą funkcjonalność pomników papieskich i monumentalnych budowli religijnych, które stały się elementem architektury polskich miast. Mem przez zestawienie słynnego cytatu autorstwa Jana Pawła II z poruszającym zdjęciem prezentującym parę starszych osób i kiczowaty pomnik kpi ze wszystkich, dla których postać papieża jest motywem do stawiania pomników, a nie do czynienia dobra. Zamysłem autora było wywołanie refleksji odbiorcy komunikatu, czy aby na pewno właściwie interpretuje testament pozostawiony przez polskiego papieża. Autor wydaje się mówić: „Przecież papież nie chciał, aby budowano pomniki z jego podobizną, chciał, aby czynić dobro drugiemu człowiekowi”. Mocnym akcentem memu jest umieszczenie na nim często powtarzanych słów autorstwa pochodzącego z Wadowic biskupa Rzymu. W sposób oczywisty trafiają do odbiorców, nie pozostawiając wątpliwości, że wielkość ludzi nie zależy od rozmiarów stawianych im pomników.





W tonie podobnym do poprzedniego analizowanego komunikatu, komunikuje się z odbiorcami kolejny mem. Prezentuje on postać Jana Pawła jako zakładnika własnej legendy, swoiste „uspiżowienie” człowieka posunięte *ad absurdum*. W tym przypadku kapitałem symbolicznym jest kicz rzeźby religijnej. Autor nawiązuje ironicznie nie tylko do monetyzacji wizerunku Jana Pawła II, ale przede wszystkim do brzydoty, kiczowatości i tandetności wytworów pseudo-artystycznych stawianych w wielu polskich miastach i miasteczkach. Możemy się domyślać, że zamierzeniem autora rzeźby było połączenie postaci papieża z aniołem – stąd powiewająca na wietrze szata, która ma być metaforą anielskich skrzydeł. Zdaniem memotwórcy, rzeźba okazała się warsztatowo nieudolna, dlatego na końcu hasła znajdują bardzo znaczący znak interpunkcyjny – wielokropek. Tego typu wytwory kultury, czego przykładem jest pojawiający się na memach pomnik, z reguły powstają z potrzeb lokalnych społeczności, są niejako wyrazem potrzeby posiadania bohaterów.



Powyższe trzy memy pokazują Jana Pawła II jako ikonę popkultury (widać w nim raczej sympatycznego człowieka, a nie poważnego kościelnego hierar-

chę). Środkami wyrazu stały się tutaj nawiązania do kinematografii, skrzydlatych słów, ale także socjolektu.

Mem po lewej stronie przedstawia siedzącego przy pulpicie Jana Pawła II, którego gest oraz mimika twarzy wskazują na to, że coś tłumaczy – być może także życzliwie uśmiecha się w obecności wiernych. Tło mema jest czarne, a biały napis znajduje się na górze. Poza oraz gest papieża na tym zdjęciu nawiązują do napisu, ponieważ Jan Paweł II wygląda jakby tłumaczył komuś coś oczywistego. Tego typu mem może być wysyłany do innych użytkowników – tym samym rozpowszechniany – jako jednoznaczny komentarz do czegoś oczywistego, niepodważalnego faktu bądź nieuzasadnionych wątpliwości lub wręcz przeciwnie – do tematu kontrowersyjnego, wzbudzającego wątpliwości. W tym drugim przypadku poza papieża i tekst obrazka komunikują z pozycji dominującej, że oto właściwa racja jest tylko jedna i zakłopotany powinien być ten, kto jej nie dostrzega.

Środkowy mem, w sposób jednoznaczny komentuje i jednocześnie dyskredytuje podjętą przez Benedykta XVI decyzję o abdykacji. Widzimy na nim roześmianego Jana Pawła II siedzącego na dużym krześle w białej, papieskiej szacie. Tekst jest stylizowany na młodzieżowy, ironiczny komentarz (imię papieża Benedykta jest zdrobnione, pojawia się też żartobliwa obelga). Przekaz, jaki niesie mem, to wyższość papieża Polaka nad papieżem Niemcem, której dowodzi większa pracowitość, konsekwencja, wytrwałość i odpowiedzialność Polaka. Istotnym dla odbioru mema kontekstem jest tu oczywiście kontekst stereotypowo agonistycznych stosunków polsko-niemieckich.

Mem po prawej stronie prezentuje zestaw sztuczków oraz talerz przedstawiający Jana Pawła II. Oprócz monetyzacji wizerunku, o którym była już mowa przy poprzednio analizowanych memach, widzimy nawiązanie do kinematografii. Autor sparafrazował tytuł filmu „Karol – człowiek, który został papieżem” w reżyserii Giacomo Battiato, wyśmiewając zarówno ideę filmów opowiadających historię papieża Polaka, jak i praktykę zarabiania pieniędzy przez sprzedaż kiczowatych wytworów kultury użytkowej, wykorzystujących wizerunek papieża.



Tekst mema można odczytywać również metaforycznie – chodzi w nim także o spłaszczenie pamięci Jana Pawła II, który jest pamiętany jako ciekawa postać popkultury, a nie jako przywódca wspólnoty religijnej, kapłan, ważna postać światowej polityki.

Na koniec warto również pochylić się nad jeszcze jednym typem memów, które zaprezentowano powyżej. Jeden z nich – środkowy – był już omawiany wcześniej wskazując na ciekawy potencjał poznawczy, jaki mogą nieść ze sobą niektóre memy internetowe, przy równoczesnym uznaniu ryzyka omyłki, braku weryfikacji treści (czy w rzeczy samej mówią prawdę?), które są w memach prezentowane w sposób lekki, iście narracyjny, wreszcie wizualny, nawet jeśli można mieć zastrzeżenia co do ich atrakcyjności. Otóż powyższe memy z jednej strony prezentują potencjał poznawczy i edukacyjny tego typu formy komunikacyjnej, z drugiej zaś mogą mieć charakter ekskluzywny, a więc odwrotny od tego, który memom najczęściej się przypisuje. Mianowicie, w omawianej literaturze przedmiotu oraz w przypadku lwiącej części analizowanych memów w ramach niniejszego projektu badawczego, zauważono, iż ich forma i treść ma charakter silnie inkluzywny, partycypacyjny, włączający użytkowników memów (odbiorców i twórców) do wspólnej pop-kulturalnej, internetowej subkultury. Innymi słowy, aby zostać użytkownikiem memów internetowych nie za wiele trzeba wiedzieć, nie trzeba być czytany, wykształconym, nie potrzeba specjalistycznej wiedzy. Podobnie zresztą jak w przypadku telewizji, która – cytując Neila Postmana³⁷ – „przedstawia dość prymitywną, lecz nieodpartą alternatywę wobec linearnej i sekwencyjnej logiki słowa drukowanego i dąży do tego, by wymogi edukacji literackiej były niedostosowane. [...] Oglądanie telewizji nie wymaga żadnego talentu, ale też żadnego nie rozwija”. Z kolei jednak, gdy spojrzymy na powyższe memy, to one mają inny charakter. Pierwszy z nich może stanowić typowy przykład tzw. mema poznawczego, który wzbogaca jego użytkownika o dodatkową wiedzę. Odkrywa przed nim archaiczne znaczenie słowa „parafianin”. Memotwórca wykorzystuje ewentualną lukę w wiedzy użytkownika memu do tego, aby perswazyjnie, narracyjnie przekonać go do określonej wizji i wizerunku ludzi wierzących, onych parafian. Trzeba odnotować, iż jest to głos osoby (memotwórcy), który zapewne nie określiłaby siebie mianem człowieka wierzącego, przynależnego do jakiejś parafii, posiadającej status parafianina. Perswazyjność komentarza, jaki analizujemy w rzeczonym memie, polega na tym, iż niestosowane zachowania osób wierzących nie powinny dziwić użytkowników niniejszego mema, gdyż fakt bycia parafianinem, zgodnie z archaicznym, przestarzałym znaczeniem tego

³⁷ N. Postman, *The Disappearance of Childhood*, Vitnage Books, New York 1994, s. 78 (cytat za É. Maigret, *Socjologia komunikacji i mediów*, przekł. I. Piechnik, Oficyna Naukowa, Warszawa 2012, s. 30). Zob. także P. Bordieu, *O telewizji. Panowanie dziennikarstwa*, przekł. K. Sztandar-Sztanderska, A. Ziółkowska, PWN, Warszawa 2009.

słowa, oznacza zacofanie, bycie człowiekiem ograniczonym, bez ogłady, niewykształconym. Jeśli użytkownik nie znał niegdysiejszego znaczenia słowa „parafianin” jest w istocie silniej podatny na perswazyjny wymiar rzeczoności mema. Podobnie zresztą dzieje się w przypadku drugiego, środkowego mema dotyczącego Galileusza, mema, którego analizę przeprowadzono już na wcześniejszych stronach. Najciekawszym jednak memem z tej trójki wydaje się ostatni – zarówno jeśli weźmiemy pod uwagę jego atrakcyjną, wizualną stronę, a także treść jaką zamieszczono zarówno na zdjęciu Jana Pawła II, jak i pod samą fotografią (mamy tutaj do czynienia z oczywistą i zamierzoną redundancją, której celem jest wzmocnienie wydzwięku cytatu z wypowiedzi Jana Pawła II). Warto nad tym memem chwilę się zatrzymać. Otóż na przykładzie analizowanych memów dotyczących Jana Pawła II zauważono, że niektóre z nich (właśnie omawiany oraz wcześniej analizowany mem, dotyczący uznania za błąd potępienia przez kościół Galileusza w 1992) mają charakter iście poznawczy, edukacyjny, a także właśnie ekskluzywny w swym znaczeniowym wymiarze. Otóż, odkodowywanie pełni sensów, płynących z powyższego memu nie jest możliwe dla każdego. Tylko Ci, którzy są zapewne kształceni w zakresie historii, filozofii czy też teologii są w stanie odkodować głębsze znaczenie słów, jakie de facto powtórzył za św. Ekspedycją Jan Paweł II, czyniąc owe zawołanie starożytnego męczennika „Hodie!” (to znaczy: Dziś) bliższym współczesnemu człowiekowi. Chodzi o to, aby ten swoją przemianę w *homo novus* (to znaczy: nowego człowieka), wiernego ewangelii nie odkładał na jutro, lecz rozpoczął ją zrazu dziś, tu i teraz. To ciekawa funkcja, jaką odnaleziono w trakcie prowadzonych analiz dyskursu memetycznego wokół Jana Pawła II. Okazuje się bowiem, iż memy mogą, i niosą ze sobą także ogromny ładunek refleksji, wiedzy, a także coś, co moglibyśmy nazwać interakcyjnym zobowiązaniem użytkownika względem danego mema, który może zostać odczytany na co najmniej dwóch poziomach znaczeniowych. To niezwykle ciekawa i warta dalszych badań i eksploracji funkcja współczesnych, choć należy przyznać, że tylko niektórych memów internetowych.

VI. Wnioski i podsumowanie

Przeprowadzone w projekcie badawczym analizy prowadzą do kilku generalnych konkluzji. Przede wszystkim podjęte badania pozwoliły do pewnego stopnia odtworzyć wizerunek Jana Pawła II, jaki wyłania się z memów internetowych. W miarę możliwości materiałowych wskazano, jakie znaczenia i konotacje tworzą społeczne postrzeganie osoby Jana Pawła II i jego działań (w perspektywie funkcjonujących w sieci memów).

W przeanalizowanych memach, Jan Paweł II jest przede wszystkim przedstawiany jako osoba reprezentująca Kościół Katolicki – pewnego rodzaju sym-

bol, który ma być soczewką dla całego środowiska. Wyróżniającym się motywem w badanych komunikatach było wykorzystanie postaci Jana Pawła II w funkcji krzywego zwierciadła dla odbiorców: autorzy memów chętnie piętnowali postawy społeczeństwa, które z jednej strony szczyli się rzekomym kultywowaniem ideałów głoszonych przez Jana Pawła II, z drugiej natomiast nie zna podstawowych refleksji i zaleceń papieża, wynikających z jego przemówień czy encyklik. Można zatem stwierdzić, że część memów miała obnażyć powierzchowność kultu Jana Pawła II wśród Polaków.

Należy podkreślić, że w analizowanej próbie zdecydowana większość materiałów dotyczyła tematów społecznych, w tym – co istotne – wątków poruszających problem pedofilii w Kościele Katolickim. W memach Jan Paweł II jest figurą metaforyczną dla szeroko komentowanych – już po śmierci papieża – ważnych, ale i kontrowersyjnych zjawisk dotyczących funkcjonowania Kościoła Katolickiego i jego miejsca w życiu społecznym we współczesnej Polsce i w świecie.

Badanie wykazało również semantyczną heterogeniczność postaci Jana Pawła II w internetowym dyskursie publicznym. Wyraźnie widoczne jest niwelowanie dystansu między wiernymi a hierarchą (i tym samym – Kościołem). Memy internetowe zdecydowanie detabuizują postać Jana Pawła II i instytucję Kościoła Katolickiego.

Ważnym wnioskiem formalnym jest natomiast konkluzja o nietypowości memów internetowych związanych z Janem Pawłem II. Gatunek wypowiedzi artystycznej, jakim bez wątpienia jest mem internetowy wykazuje podobieństwo strukturalne do emblematu, czyli kompozycji, na którą składają się: „inskrypcja, zwana też epigraf (...), obraz, zwany również icon (...), subskrypcja, którą zazwyczaj był wiersz, epigramat, czasem utwór elegijny”³⁸. W toku analizy stwierdzono, że memy, które były przedmiotem badania, nie należą do grupy memów-emblematów, nie wykazują takiego charakteru. Memy opowiadające o Janie Pawle II mają wymiar denotywny demonstracji ideologicznej. Ponadto przebadane memy w zdecydowanej większości nie wpisują się w klasyfikację przedstawioną przez Wiktora Kołowieckiego. Generalnie rzecz biorąc, memy dotyczące osoby Jana Pawła II, które zostały poddane analizie są ubogie pod względem pragmatyczno-semantycznym, mają niski tzw. potencjał memetyczny, co powoduje, że nie są płodnymi – ulegającymi częstym replikacjom – jednostkami kulturowymi.

Natomiast najważniejszym, kluczowym wnioskiem wynikającym z przeprowadzonych badań jest stwierdzenie ograniczonego liczbowo i płaskiego semantycznie zbioru memów związanych z Janem Pawłem II w polskojęzycz-

³⁸ J. Pelc, hasło *Emblemat*, w: *Słownik literatury staropolskiej*, red. T. Michałowska, Ossolineum, Wrocław 1998.

nej przestrzeni internetowej. Twórcy memów rzadko więc zajmują się postacią papieża Polaka, a gdy już to czynią – to zazwyczaj konstruując proste, niewymagające graficznie i językowo, nierzadko wulgarne komunikaty. Taki wniosek może dziwić, zwłaszcza jeśli weźmiemy pod uwagę miejsce Jana Pawła II we współczesnym świecie społecznym, w życiu i historii Kościoła Katolickiego, w historii najnowszej Europy i świata. Długość pontyfikatu Jana Pawła II, wielość podejmowanych przez niego aktywności, wreszcie związki z młodzieżą manifestowane w przestrzeni medialnej kazałyby sądzić, że Jan Paweł II jest postacią ikoniczną w świecie mass mediów, w tym także Internetu. Tymczasem analiza materiału badawczego prowadzi do zgoła innych wniosków. Trudno jednoznacznie wskazać przyczynę takiego stanu rzeczy, można spekulować o kilku. Być może powód nieznaczej obecności w internetowych memach ma charakter technologiczny – otóż w czasie pontyfikatu Jana Pawła II ani korzystanie z Internetu w Polsce, ani tworzenie i dystrybucja memów internetowych nie były tak powszechne jak obecnie. Jeśli zatem memy tworzone są w odniesieniu do wydarzeń bieżących, aktualnych, to siłą rzeczy to kryterium nie może być spełnione i zainteresowanie memotwórców osobą Jana Pawła II z założenia musi być niższe (nawet jeśli weźmiemy pod uwagę kontekst późniejszej kanonizacji). Inną domniemaną przyczyną niewielkiej i słabej jakościowo ekspozycji Jana Pawła II w memach może być ograniczone, powierzchowne rozumienie działalności publicznej papieża, zwłaszcza wśród młodych ludzi, aktywnych w tworzeniu internetowych komunikatów. Papież Polak jest więc z pewnością rozpoznawany, ale może niezbyt dobrze rozumiany. Odwołując się do samej postaci Jana Pawła II i jego działalności, internauci (i być może Polacy w ogóle) odnoszą się do maksymalnie kilkunastu bardziej znanych cytatów, wyrwanych zresztą z szerszego kontekstu wypowiedzi czy pisma. Poza tym *gros* konotacji z osobą papieża wiąże się z funkcjonowaniem w ogóle Kościoła Katolickiego jako instytucji, ze stereotypowym rozumieniem życia religijnego i uprawiania kultu w Polsce, wreszcie z komercjalizacją i monetyzacją życia publicznego, także w obszarze kultury i religii. Wykorzystywanie – nierzadko przecież przedmiotowe – postaci Jana Pawła II w memach w tych kontekstach każe stawiać hipotezę, że generują one dyskurs raczej o konkretnych zjawiskach pokazywanych z wykorzystaniem papieża lub przez pryzmat jego osoby, a nie dyskurs o samym papieżu (który jest w jakiś sposób określony, opisany, zinterpretowany). Innym jeszcze powodem niskiej ekspozycji memograficznej Jana Pawła II może być generalnie niskie zainteresowanie użytkowników Internetu osobami związanymi z religią (m.in. katolicką), zwłaszcza zaś kapłanów czy innych aktywnych postaci Kościoła katolickiego. Być może politycy, aktorzy, sportowcy są postaciami bardziej rozpoznawalnymi, angażującymi większe grupy odbiorców i tym samym zajmującymi większą część przestrzeni internetowej niż żyjący czy nieżyjący papież.

Niezależnie od diagnozy przyczyn opisywanego zjawiska, która jak widać, nie jest łatwa, z pewnością można stwierdzić jedno: memy internetowe jako szczególny typ komunikatów medialnych jest tworzywem żywym, nadal konstytuującym się i nadal silnie funkcjonalizowanym – w związku z tym różnego rodzaju ich opisy, próby typologizacji nadal mają charakter rekonesansowy i winny być nieustannie podejmowane i pogłębiane.

Bibliografia

1. Bachtin M., *Słowo jarmarczne*, przekł. A. Goreń i in., w: *Antropologia słowa*, red. G. Godlewski, Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2004.
2. Barthes R., *Mitologie*, przekł. A. Dziadek, Wydawnictwo KR, Warszawa 2000.
3. Barthes R., *Podstawy semiologii*, przekł. A. Turczyn, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2009.
4. Bartmiński J., *Opozycja ustności i literackości*, w: *Antropologia słowa*, red. G. Godlewski, Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2004.
5. Blackmore S., *Maszyna memowa*, przekł. N. Radomski, Rebis, Poznań 2002.
6. Bordieu P., *O telewizji. Panowanie dziennikarstwa*, przekł. Karolina Sztandar-Sztanderska, Anna Ziółkowska, PWN, Warszawa 2009.
7. Brodie R., *Wirus umysłu*, przekł. P. Turski, TeTa Publishing, Łódź 1996.
8. Dawkins R., *Samolubny gen*, przekł. M. Skoneczny, Prószyński i S-ka, Warszawa 2007.
9. Fiske J., *Zrozumieć kulturę popularną*, przekł. K. Sawicka, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2010.
10. Juza M., *Memy internetowe – tworzenie, rozpowszechnianie, znaczenie społeczne*, w: „Studia Medioznawcze”, nr 4, Instytut Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2013.
11. Kamińska M., *Niečne memy. Dwanaście wykładów o kulturze internetu*, Galeria Miejska Arsenal, Poznań 2011.
12. Kołowiecki W., *Memy internetowe, jako nowy język internetu*, „Kultura i Historia”, nr 21, Instytut Kulturoznawstwa Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 2012.
13. Kwade E., *O, memo! Recenzja artykułu Marty Juzy, Memy internetowe – tworzenie, rozpowszechnianie, znaczenie społeczne*, „Studia Medioznawcze” 2013, nr 4, „Teksty z Ulicy. Zeszyt memetyczny”, nr 15, Uniwersytet Śląski, Katowice 2014.
14. Maigret É., *Socjologia komunikacji i mediów*, przekł. I. Piechnik, Oficyna Naukowa, Warszawa 2012.
15. Nowak J., *Memy internetowe: teksty (cyfrowej) kultury językiem krytyki społecznej*, w: *Współczesne media. Język mediów*, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 2013.
16. Nowak J., *O badaniu kultur popularnych online*, w: *Nowe media. Wyzwania i ograniczenia*, red. T. Gackowski, Instytut Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2013.

17. Pelc J., hasło *Emblemat*, w: *Słownik literatury staropolskiej*, red. T. Michałowska, Ossolineum, Wrocław 1998.
18. Postman N., *The Disappearance of Childhood*, Vitnage Books, New York 1994,
19. Rose G., *Interpretacja materiałów wizualnych. Krytyczna metodologia badań nad wizualnością*, przekł. E. Klekot, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2010.
20. Saussure de F., *Kurs językoznawstwa ogólnego*, przekł. K. Kasprzyk, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2002.
21. Wężowicz-Ziółkowska D., *Jednostka pamięci kulturowej. Próba kulturoznawczej redefinicji i interpretacji hipotezy memetycznej*, „Teksty z Ulicy. Zeszyt memetyczny”, nr 15, Uniwersytet Śląski, Katowice 2014.
22. Wężowicz-Ziółkowska D., *Moc narrativum. Idee biologii we współczesnym dyskursie humanistycznym*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2008.
23. Wężowicz-Ziółkowska D., *Przemoc symboliczna albo o społecznych warunkach ewolucji memetycznej*, „Teksty z Ulicy. Zeszyt memetyczny”, nr 11, Uniwersytet Śląski, Katowice 2007.