

Krytyka polityczna w memach internetowych – od dekonstrukcji po rekonfigurację

KAROLINA BRYLSKA, TOMASZ GACKOWSKI

Wprowadzenie

Pojęcie memu jest w naukach o mediach tyleż popularne, co polisemiczne. Rozważania nad ideą i definicją memu rozpoczął, rzecz jasna, Richard Dawkins, brytyjski ewolucjonista, który wprowadził ten termin do słownika naukowego i w książce *Samolubny gen* wyjaśniał: „Przykładami memów są melodie, idee, obiegowe zwroty, fasony ubrań, sposoby lepienia garnków lub budowania łuków. Tak jak geny rozprzestrzeniają się w puli 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 naśladownictwa”¹. Od refleksji Dawkinsa rozpoczęła się naukowa dyskusja na temat istoty i funkcji memów – tak powstała memetyka, czyli dziedzina nauki zajmująca się badaniem memów i ich społecznego działania.

Ujęcie biologiczne memu nie jest jedynym funkcjonującym w nauce, towarzyszą mu również podejścia psychologiczne, kognitywne czy kulturoznawcze², wynikające poniekąd z dyskusji nad rozumieniem wprowa-

¹ R. Dawkins, *Samolubny gen*, przekł. M. Skoneczny, Warszawa 2007, s. 266.

² Refleksję na temat problemów definicyjnych związanych z pojęciem memu autorzy (wraz z M. Paterą) rozwijali w tekście *Spółecznie konstruowany wizerunek Jana Pawła II – znaczenia zawarte w memach internetowych*, [w:] *Wielkość czy autorytet? Jan Paweł II w przekazach polskich mediów podczas jego kanonizacji*, pod red. J. Olędzkiego, T. Sasińskiej-Klas, Warszawa 2016, s. 269–297.

dzonym przez Dawkinsa³. Henry Plotkin definiował na przykład memy jako wewnętrzną reprezentację wiedzy, natomiast Daniel Dennett mówi o memach łączących się w zbitki – mempleksy, które są zorganizowanymi systemami wiedzy⁴. Wspólnym mianownikiem większości definicji jest natomiast założenie, że tego typu „wirusy umysłu” najprawdopodobniej istniały zawsze, a więc stanowią one immanentną cechę społecznego działania człowieka i mają pewien potencjał kreacyjny – zmiany postaw i zachowań osób „zakażonych”⁵. Dlatego zasadne wydaje się stwierdzenie Richarda Brodiego, który przekonuje, że „mem jest szyfrem (...), kamieniem z Rosetty umożliwiającym zrozumienie istoty religii, polityki, psychologii i ewolucji kulturowej”⁶.

Sam Dawkins nazywa mem „jednostką przekazu kulturowego lub jednostką imitacji”⁷. Na przestrzeni lat Dawkins rozwijał jednak i przekształcał swoje stanowisko – twierdząc wreszcie, że memy zachowują się raczej jak wirusy komputerowe: rozprzestrzeniają się poziomo, od nośnika do nośnika, z bardzo dużą prędkością⁸. Zwracając uwagę na to, czym jest wirus komputerowy i jak się rozwija, powtarza i rozprzestrzenia, Dawkins podkreśla, że o skutecznym rozprzestrzeleniu się takiego wirusa decydują dwie okoliczności⁹. Po pierwsze – jak każdy replikator pasożytniczy – wirus ma w sobie gotowość do dokładnego powielania informacji, czasem z pewnymi, kolejno powielanymi błędami. Po drugie – do replikacji i dystrybucji wirusów potrzebne jest przyjazne im środowisko, w którym wirus może postępować zgodnie ze wskazówkami zawartymi w zakodowanych w nim instrukcjach. Dawkins przyrównuje to do mody na rozmaite typy zabaw, które błyskawicznie opanowują szkoły i powodują, że uczniowie podejmują tę zabawę gremialnie i chętnie. Jakkolwiek trywialne, takie szaleństwa dostarczają nam jeszcze więcej przesłanek do twierdzenia, że umysły ludzkie, a zwłaszcza młode, mają cechy, które wyróżniamy jako pożądane dla informacyjnego pasożyta¹⁰.

3 Należy jednak pamiętać, że brytyjski biolog nigdy nie uważał, że idea memu jest zupełnie nowym pomysłem. Zob. D. Wężowicz-Ziółkowska, *Jednostka pamięci kulturowej. Próba kulturoznawczej redefinicji i interpretacji hipotezy memetycznej*, „Teksty z Ulicy. Zeszyt memetyczny” Nr 15 (2014), s. 11–26 oraz tejże, *Moc narrativum. Idee biologii we współczesnym dyskursie humanistycznym*, Katowice 2008.

4 M. Kamińska, *Niečne memy. Dwanaście wykładów o kulturze internetu*, Poznań 2011, s. 60–62.

5 R. Brodie, *Wirus umysłu*, przekł. P. Turski, Łódź 1996, s. 11–20.

6 Tamże, s. 23.

7 R. Dawkins, *The Selfish Gene*, Oxford, s. 544.

8 Tenże, *Viruses of the Mind*, 1991, s. 3, <http://www.inf.fu-berlin.de/lehre/pmo/eng/Dawkins-MindViruses.pdf> [dostęp: 1.10.2017].

9 C.M. Castaño Diaz, *Defining and characterizing the concept of Internet Meme*, „Revista CES Psicología” Vol. 6 (2013), No. 2, s. 88.

10 R. Dawkins, *Viruses of the Mind*, s. 6–7.

Temu ujęciu blisko do koncepcji Susan J. Blackmore, która pojęcie memu wprost łączy z genem. Zdaniem autorki proces ewolucji został rozpoczęty przez naśladownictwo genów, ale również memów. Dla procesu replikacji memów ważny jest kontekst, w jakim następuje przekazanie, a także źródło, z którego memy wychodzą. „Ilekoć naśladowujemy siebie nawzajem, coś nieuchwytnego wędruje od jednej osoby do drugiej. Tym czymś jest mem”¹¹ – sugeruje Blackmore i podkreśla, że naśladownictwo najlepszych naśladowców stanowi podstawę sukcesu memetycznego.

Memy internetowe i ich funkcje społeczne

W przyjętej w artykule metodzie analizy przyjęto rozumienie memu internetowego proponowanego przez brytyjskich badaczy kulturowych, m.in. Stuarta Halla i Johna Fiske’ego, zgodnie z którą mem to wytwór kultury pierwotnie dystrybuowanej w internecie¹². Ważne jest tu także spontaniczne przekazywanie treści, „oznaczenie popularnego semiotycznie kompleksu transmitowanego *via* ICT, najczęściej w funkcji tak zwanego żartu internetowego”¹³. Dobrze podsumowuje to definicja Kołowieckiego, który przyjął, że mem internetowy to zdigitalizowana jednostka informacji (tekst, obraz, film, dźwięk), rozpowszechniona w internecie, która zostaje skopiowana, przetworzona i w tej przetworzonej formie opublikowana¹⁴.

Cechy charakterystyczne – wręcz konstytutywne – memu to z pewnością: humorystyczny charakter, czytelność i konwencja, przekładające się na dość schematyczną (choć wariantywną w tym schemacie) formę. Istotna jest także intertekstualność memów, ich odniesienie do ważnych lub aktualnych tekstów kultury – w tym także innych memów. Memy ułatwiają transkodowanie kulturowe, stanowią soczewkę społecznych nastrojów, wyrażanych w przestrzeni internetowej, także dzięki swojemu z założenia wyrażanemu nacechowaniu (pozytywne, negatywne, ironiczne, prześmiewcze, raczej nie neutralne)¹⁵.

Można wyróżnić kilka funkcji społecznych memów. Otóż po pierwsze, jak zwraca uwagę Jakub Nowak, memy tworzą określone praktyki społeczne i kulturowe, związane z określonymi sposobami wykorzystywania

11 S.J. Blackmore, *Maszyna memowa*, przekł. N. Radomski, Poznań 2002, s. 94.

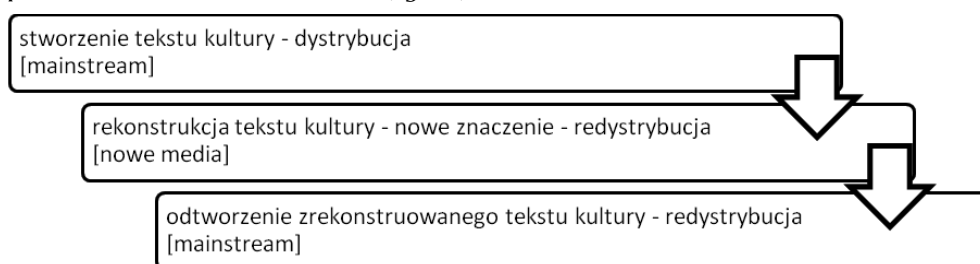
12 Warto zaznaczyć, że memy są coraz częściej redystrybuowane w tzw. starych mediach (telewizja, prasa).

13 M. Kamińska, *Nieczne memy...*, s. 61.

14 W. Kołowiecki, *Memy internetowe jako nowy język internetu*, „Kultura i Historia” Nr 21 (2012), <http://www.kulturaihistoria.umcs.lublin.pl/archives/3637> [dostęp: 1.10.2017].

15 Zob. A. Walkiewicz, *Czym są memy internetowe? Rozważania z perspektywy memetycznej*, „Teksty z Ulicy. Zeszyt memetyczny” Nr 14 (2012), s. 49–69; W. Borkowski, A. Nowak, *Wpływ społeczny jako model rozprzestrzeniania się memów*, „Teksty z Ulicy. Zeszyt memetyczny” Nr 9 (2005), s. 44–68; L.K. Börzsei, *Makes a Meme Instead: A Concise History of Internet Memes*, „New_Media Studies Magazine” 7 (2013), s. 152–189.

wytworów przemysłu kultury. Można więc powiedzieć, że twórcy memów, wykorzystujący reprezentacje stworzone przez źródła *mainstreamowe*, konstruują nowe komunikaty. Możemy tu obserwować mechanizm rekonstrukcji i redystrybucji, ale działający już poza przemysłami kultury¹⁶. Między internetem a mediami tradycyjnymi zachodzi w tym kontekście relacja katalityczna – treści wytworzone w mediach tradycyjnych stają się przedmiotem prezentacji w internecie i czasem wracają do mediów tradycyjnych ponownie zrekonstruowane (ryc. 1).



Ryc. 1. Ścieżka dystrybucji memów

Źródło: T. Gackowski, M. Patera, K. Brylska, *Społecznie konstruowany wizerunek Jana Pawła II – znaczenia zawarte w memach internetowych*, [w:] *Wielkość czy autorytet? Jan Paweł II w przekazach polskich mediów podczas jego kanonizacji*, pod red. J. Olędzkiego, T. Sasińskiej-Klas, Warszawa 2016, s. 277.

Drugą funkcją społeczną memów jest wytwarzanie emocjonalnych więzi między członkami społeczności nadającymi i odbierającymi przekazy. Jak się wydaje, „memy stanowią typ tekstów o charakterze mieszanym i przejściowym, łączącym cechy ustności i literackości, języka mówionego i pisanego (cechy oralności: dźwiękowość, dialogowość, teatralność (dramatyczność), synkretyzm kodów, sytuacyjność («kontekstualność») oraz obecność specyficznych wyrażen (zwłaszcza struktur gramatycznych) – wyrażane poprzez obraz. 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 domyślać komunikat semantycznie i pragmatycznie”¹⁷.

Co istotne, memy bazują na najświeższych przykładach tekstów kultury, które nie podlegają ograniczeniom materialnym, prawnym i kulturowym¹⁸. Idea ich funkcjonowania w pełni wpisuje się w koncepcję globalizacji. Jeśli

¹⁶ J. Nowak, *Memy internetowe: teksty (cyfrowej) kultury językiem krytyki społecznej*, [w:] *Współczesne media. Język mediów*, pod red. I. Hofman, D. Kępy-Figury, Lublin 2013, s. 227–238.

¹⁷ T. Gackowski, M. Patera, K. Brylska, *Społecznie konstruowany...*, s. 278.

¹⁸ L.K. Borzsei, *Makes a Meme...*, s. 152–189; L. Shifman, *An anatomy of a YouTube meme*, „New Media & Society” Vol. 14 (2012), No. 2, s. 187–203.

przyjmujemy, że globalizacja organizuje „wiek powszechnego zarażenia”¹⁹, to wirusowe materiały (wideo, *hashtags*, także memy) ilustrują tę „logikę zarażenia i powtórzenia”²⁰. Jeśli spojrzymy na sprawę z perspektywy antropologii postmodernistycznej, to memy okażą się ważnym budulcem rzeczywistości społecznej. Idąc tropem Arjuna Appaduraia²¹, odnaziemy je w tzw. ideokrajobrazach (ang. *ideoscapes*) i krajobrazach medialnych (ang. *mediascapes*), czyli dynamicznych obszarach globalizacji kulturowej. W ideokrajobrazach, powstających ze starcia ideologii państwowych z kontradeologiami oddolnych ruchów społecznych, memy obrazują konflikt tych dwóch porządków. W krajobrazach medialnych, obejmujących zarówno same przekazy i nośniki, jak i obrazy świata kreowane przez media, memy mają swoje naturalne miejsce – eksponują bohaterów, ważne wydarzenia, konflikty wartości. Innymi słowy – łączą i upowszechniają idee, wątki kultury, przedmioty dyskusji, które w innej sytuacji mogłyby pozostać jedynie lokalne, zakorzenione w ograniczonym konkreście²².

Przy tym procesie memy również są wykorzystywane w specyficznej normatywnej subwersji²³. Pozwalają nam na łamanie *decorum*, detabuizowanie wypchniętych z głównego nurtu postaw i przekonań. Można odnieść to do opisywanego przez Johna Fiske zjawiska 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”²⁴. Temu łamaniu przyjętych norm służą często ambiwalencja, wieloznaczność, łączenie konwencji oficjalnej i nieoficjalnej – dające efekt atrakcyjności, który łączy pewną wspólną komunikacyjną odbiorców o podobnej wrażliwości i preferencjach w interpretacji.

Sam Dawkins w swojej prezentacji z 2013 roku zwrócił uwagę na to, jak funkcjonowanie memów w przestrzeni internetowej zmieniło je same: „Sama idea memu zmutowała się i ewoluowała w nowym kierunku. Mem internetowy to porwanie, wprowadzenie oryginalnego pomysłu. Zamiast

19 M. Hardt, A. Negri, *Empire*, Cambridge, Mass. 2000, s. 136.

20 J. Parikka, *Contagion and repetition: On the viral logic of network culture*, „Ephemera: Theory & Politics in Organization” Vol. 7 (2007), No. 2, s. 288.

21 A. Appadurai, *Disjuncture and difference in the global cultural economy*, [w:] *Cultural Theory: An Anthology*, eds. I. Szeman, T. Kaposy, Malden, MA 2010, s. 282–295.

22 S. Kumar, *Contagious memes, viral videos and subversive parody: The grammar of contention on the Indian web*, „International Communication Gazette” Vol. 77 (2015), No. 3, s. 234.

23 J. Nowak, *O badaniu kultur...*

24 Tamże, s. 62.

mutować losowo (...), memy internetowe są celowo modyfikowane przez ludzką kreatywność. Gdy mem zostaje *porwany*, mutacje stają się zaprojektowane, a nie przypadkowe – z pełną wiedzą osoby dokonującej mutacji²⁵. Idee mutacji i porwania w koncepcji Dawkinsa podkreślają społeczny wymiar memu i elementy kulturowe niezbędne do właściwego rozumienia i korzystania z pojęcia memu²⁶.

Jak zauważają Wiggins i Bowers, memy stanowią specyficzny gatunek komunikacji internetowej i jako taki winny być odbierane i analizowane²⁷. Zgodnie z założeniem Bachtina i Miedwiediewa, „każdy gatunek posiada określone zasady selekcji, określone formy widzenia i konceptualizacji rzeczywistości oraz określony zakres i głębię penetracji”²⁸. Kamberelis rozwija ten punkt widzenia, uznając, że teksty różnych rodzajów są produkowane, reprodukowane, rozpowszechniane i odbierane według ich gatunku²⁹. Milner wskazuje ważną egzemplifikacyjną funkcję memów, wynikającą z ich właściwości gatunkowej: „memy to artefakty popkulturowe [i jako takie] mogą dostarczyć wgląd w to, jak codzienne teksty multimedialne przeplatają się z publicznymi dyskursami”³⁰.

Warto również zaznaczyć, że memy internetowe funkcjonują jako artefakty partycypacyjnej kultury cyfrowej. Jak pisze Jenkins, kulturą partycypacyjną jest kultura o stosunkowo niskich barierach w ekspresji artystycznej i zaangażowaniu obywatelskim, cechująca się silnym wsparciem dla tworzenia i dzielenia się treścią oraz pewnym rodzajem nieformalnego mentoringu, w wyniku czego to, co znane najbardziej doświadczonym, jest przekazywane nowicjuszom³¹. Memy jako artefakty mają zarówno cechy kulturowe, jak i społeczne, gdy są produkowane, reprodukowane i przekształcane w celu odtworzenia systemu społecznego³². Memetyczny system społeczny jest odtwarzany, gdy członkowie cyfrowej kultury uczestniczącej używają reguł i zasobów memu w odtworzeniu jego kolejnych iteracji. In-

25 R. Dawkins, *Just for Hits – Richard Dawkins* [wystąpienie podczas Cannes Advertising Festival, 2013], <http://www.youtube.com/watch?v=GFn-ixX9edg> [dostęp: 25.10.2017].

26 B.E. Wiggins, G.B. Bowers, *Memes as genre: A structural analysis of the memescape*, „New Media & Society” Vol. 17 (2015), No. 11, s. 1891.

27 Tamże, s. 1896.

28 M. Bakhtin, P. Medvedev, *The Formal Method in Literary Scholarship: A Critical Introduction to Sociological Poetics*, Cambridge, MA 1985, s. 131.

29 G. Kamberelis, *Genre development and learning: children writing stories, science reports, and poems*, „Research in the Teaching of English” Vol. 33 (1999), s. 404.

30 R.M. Milner, *The world made meme: discourse and identity in participatory media*, PhD Thesis, Lawrence, KS 2012, s. 9.

31 H. Jenkins, *Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century*. Cambridge 2009, s. 3.

32 B.E. Wiggins, G.B. Bowers, *Memes as genre...*, s. 1891.

nymi słowy, system społeczny wie, jak tworzyć mem – jego tworzenie oraz reprodukcja mogą dziać się nieskończenie długo. Zachodzi zatem celowa produkcja i konsumpcja memu wśród uczestników kultury cyfrowej³³.

Memy internetowe jako narzędzie komunikacji politycznej

Cechą konstytutywną memów jest ich bezpośrednie odniesienie do komentowanej rzeczywistości społecznej. Ta cecha memów wydaje się szczególnie istotna w przypadku memów politycznych, które zawierają zawsze dwa komponenty treściowe – faktograficzne lub personalne odniesienie do bieżących wydarzeń oraz nacechowaną emocjonalnie ich interpretację. Dlatego też memy internetowe przedstawiają nastawienie autora wobec prezentowanej sprawy i poprzez atrakcyjność formalną próbują do tejże interpretacji i tego nastawienia przekonać odbiorcę. Jak w tym kontekście zwracają uwagę Duchschere i Dovidio³⁴, memy w ten sposób utrwalają stronniczość w przestrzeni internetowej. Ta stronniczość dość wyraźnie zarysowuje się wobec grup stereotypizowanych. Otóż ze względu na fakt, że w memach internetowych premiuje humor i pozwalamy na wyrażanie negatywnych postaw wobec grup zewnętrznych, konstruujemy komunikację, która dla rozrywki posługuje się dyskredytacją³⁵. Stwierdzono, że stereotypowe żarty i komentarze są ogólnie uznawane za bardziej akceptowalne społecznie w kontekście internetowym niż innych przestrzeniach publicznych³⁶. Członkowie grup, w których humor dyskredytujący jest bardziej akceptowalny, reagują pozytywnie takie uprzedzenia³⁷. Ponadto, jak pokazują badania, memy i dyskusje o nich mogą wpływać na społeczne sposoby reagowania na stereotypowe wyobrażenia grup³⁸. Okazuje się, że o tym, czy odbiorcy sprzeciwiają się treści mema i uznają to za uzasadnione, akceptowalne społecznie, decydują trzy czynniki: indywidualne różnice w postawach wobec stereotypizowania, charakterystyka memu, a także komentarze innych na temat tego memu. Tak więc pewna chłonność internetu

³³ Tamże.

³⁴ K.M. Duchschere, J.F. Dovidio, *When Memes Are Mean: Appraisals of and Objections to Stereotypic Memes*, „Translational Issues in Psychological Science” Vol. 2 (2016), No. 3, s. 336.

³⁵ T.E. Ford, *The social consequences of disparagement humor: Introduction and overview*, „Humor: International Journal of Humor Research” Vol. 28 (2015), s. 163–169.

³⁶ L. Shifman, D. Lemish, *Mars and Venus” in virtual space: Post-feminist humor and the Internet*, „Critical Studies in Media Communication” Vol. 28 (2011), No. 3, s. 253–273; J. Penney, *Responding to offending images in the digital age: Censorious and satirical discourses in LGBT media activism*, „Communication, Culture & Critique” Vol. 8 (2015), No. 2, s. 217–234.

³⁷ J.A. Gray, T.E. Ford, *The role of social context in the interpretation of sexist humor*, „Humor: International Journal of Humor Research” Vol. 26 (2013), s. 277–293.

³⁸ K.M. Duchschere, J.F. Dovidio, *When Memes Are Mean...*, s. 341.

na treści stereotypizujące oraz bazujące na dyskredytującym humorze – jak dzieje się często w przypadku memów politycznych – powoduje, że jest to interesująca przestrzeń badania, jak ten typ komunikacji może generować i utrzymywać stroniczość.

Jak twierdzi Gutiérrez-Rubí, potęga memów – memokracji, kryje się w „kreatywnych siłach cyfrowego artywizmu [wykorzystywanych] dla społecznego aktywizmu”³⁹. Komunikatywna wartość memu jest ważna nie tylko dla oddolnych ruchów społecznych – również partie polityczne, liderzy i instytucje chętnie włączają memy w swoje strategie komunikacyjne. Jako kanoniczny przykład wskazuje się tu Baracka Obamę, który został nazwany memokratą *par excellence* ze względu na skuteczność w anektowaniu potencjału memów do oficjalnej komunikacji instytucjonalnej i politycznej. Zespół prezydenta Obamy przywiązywał bowiem wielką wagę do tworzenia wszelkiego rodzaju treści, w tym graficznych, które miały potencjał memetyczny i mogły zostać wprost przekształcone w memy. Zdjęcia takie jak to w Pokoju Sytuacyjnym, pokazujące moment, w którym Obama i jego zespół obserwują operację pojmania Osamy bin Ladena, są przykładami strategicznego wykorzystania tych zdjęć. Takie treści, mimo że mają znanego twórcę (nadawcę), w toku internetowej replikacji stają się materiałem nieprzypisanym – memem i jako takie są rozpowszechniane i anektowane przez kolejnych użytkowników internetu⁴⁰.

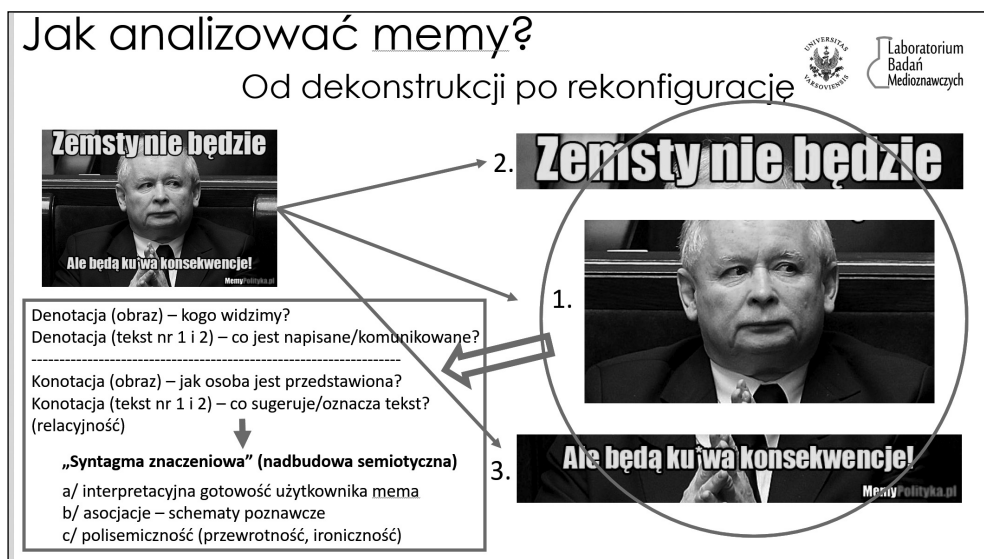
Od dekonstrukcji po rekonfigurację – schemat analizy memów

Przyjmując takie rozumienie idei memów i sposobu ich społecznego działania, proponujemy taki schemat ich analizy, który jednocześnie odzwierciedli tryb odbioru memu oraz mechanizmy stanowiące o jego komunikatywności i atrakcyjności. Spróbujemy zatem przeanalizować krok po kroku sposób odbioru memów (ryc. 2). Otóż pierwszym poziomem odbioru jest poziom denotacji, a więc odnalezienia desygnatów poszczególnych znaków składających się na mem. Odtworzymy następnie kolejność dostrzegania poszczególnych elementów memu. W pierwszym momencie zwracamy uwagę na element graficzny, zajmujący najczęściej centralną część kompozycji – identyfikujemy widzianą postać, miejsce, wydarzenie – i odnosimy ją do naszej wiedzy czy doświadczenia; innymi słowy, osadzamy ten kluczowy element w swojej wiedzy i czynimy go pierwszym punktem odniesienia w interpretacji pozostałych elementów. Następnie odczytujemy tekst towarzyszący

³⁹ A. Gutiérrez-Rubí, *Tecnopolítica*, Madrid 2014, s. 34.

⁴⁰ X. Martínez-Rolán, T. Piñeiro-Otero, *The use of memes in the discourse of political parties on Twitter: analysing the 2015 state of the nation debate*, „Communication & Society” Vol. 29 (2016), Iss. 1, s. 147.

obrazkowi – jeśli jest on rozbity, to najpewniej czytamy w porządku chronologicznym, linearnym, charakterystycznym dla alfabetu łacińskiego, czyli od lewej do prawej i od góry do dołu. Odkodowujemy więc, co jest napisane, a więc w całości – w połączeniu obrazu z tekstem – co jest komunikowane. Wtedy wchodzimy na drugi poziom odbioru, czyli na poziom konotacji. Zastanawiamy się, jak osoba (rzecz, wydarzenie itd.) jest przedstawiona, z czym kojarzą się elementy jej wizerunku (mimika, gestykulacja, ubiór, otoczenie). Oceniamy zatem, „jaki” jest bohater memu i co może znaczyć ten określony sposób jego prezentacji.



Ryc. 2. Metoda analizy memów – dekonstrukcja / rekonfiguracja

Źródło: Opracowanie własne.

Wymienione wyżej elementy składowe i taki sposób ich odbioru tworzą syntagmę znaczeniową, która zawiera w sobie również nadbudowę semiotyczną. Na tę syntagmę składają się trzy elementy: interpretacyjna gotowość użytkownika memu, asocjacje oparte na skryptach poznawczych odbiorcy oraz polisemiczność (w tym przewrotność, ironiczność) przekazu. Oznacza to, że do skutecznego odbioru memu potrzebne są, zachodzące jednocześnie: 1) postawa użytkownika, który zna konwencję memu jako takiego i jest otwarty na pozadenotacyjny odbiór znaków go tworzących, 2) określony poziom wiedzy użytkownika, wynikający z jego schematów poznawczych (warunkowanych kulturowo i indywidualnie), a więc umysłowych obrazów zdarzeń, które pomagają nam organizować wiedzę

o świecie i interpretować wydarzenia i przekazy, 3) polisemiczność znaków tworzących mem, dzięki której możliwe jest zawarcie maksymalnie wielu znaczeń w krótkim przekazie. Aby wskazać dokładnie, jak działa mem (lub dlaczego może nie działać), można rozczłonkować go właśnie w ten sposób i zrekonstruować mechanizm jego interpretacji przez odbiorcę. Wykorzystujemy w ten sposób schemat polegający na dekonstrukcji syntagmy znaczeniowej, a następnie rekonfiguracji znaczeń, jakie ona zawiera.

Oczywiście taka konstrukcja memu i zakładany w ten sposób odbiór generują także określone trudności w interpretacji, wynikające albo z niekoherencji syntagmy, albo z roli odbiorcy w tworzeniu znaczenia.

Typologizacja memów politycznych

Prawdopodobnie dzięki strukturze, umożliwiającej z jednej strony obfitość treści, z drugiej zaś aktywny udział odbiorcy w konstruowaniu przekazu memy stały się popularnym narzędziem komunikacji politycznej. Tworzą je oddolnie sami wyborcy, ale również komitety wyborcze, które coraz intensywniej wkraczają z działaniami kampanijnymi w przestrzeń internetową. Memy są użyteczne również dlatego, że wyrażają różne typy narracji o zjawiskach politycznych, symbolizowane przez powtarzalne, schematyzujące motywy, jak np. puste obietnice polityków, personalne starcia (pozornie różnych) liderów, mniejsze partie jako realna alternatywa dla gigantów itd. Także dzięki temu memy polityczne są powtarzalne nie tylko formalnie, ale i w strukturze treści, a więc można dokonać ich typologizacji. Wśród memów wytworzonych i rozpowszechnianych w okresie parlamentarnej kampanii wyborczej 2015 roku (w toku agregacji materiału badawczego znalazło łącznie 1823 memy) można wyróżnić trzy istotne typy: 1) memy osobowe służące hagiografii i mitologizacji, 2) memy osobowe służące demitologizacji oraz 3) memy poświęcone procesowi wyborczemu. Każdy z trzech typów powstaje przy użyciu określonych zabiegów formalnych, które poniżej kolejno omówimy.

Memy osobowe służące hagiografii i mitologizacji

Ludzie – w tym przypadku politycy – stanowią bodaj najpopularniejszy komponent memów. Decyduje o tym zapewne ich rozpoznawalność (w określonej grupie docelowej, w określonym kontekście), ale również techniczna dostępność – zdjęcia polityków są łatwe do znalezienia w sieci, a więc przygotowanie memów z ich wykorzystaniem nie nastęrcza większych kłopotów.

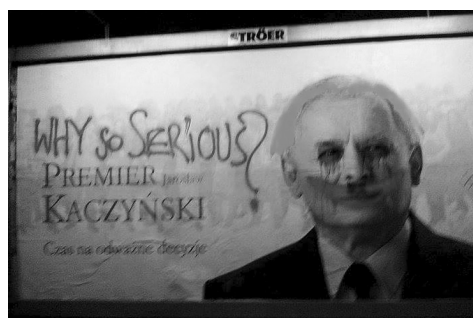
W przypadku tego typu memów można wyróżnić trzy rodzaje semiotycznego budulca memu. Pierwszym z nich jest zabieg **utożsamienia bohatera memu z postacią historyczną lub bohaterem kultury popularnej**, jak w poniższych przykładach.

Mem „Przybyłem, zobaczyłem, zwyciężyłem” (rys. 1) wprost odnosi się do postaci Juliusza Cezara i jego słów wygłoszonych po zwycięstwie nad królem Pontu Farnakesem II w bitwie pod Zelą. Przekaz o bły-skawicznym i pewnym zwycięstwie wyraża nie tylko napis, ale również stylizacja i poza Jarosława Kaczyńskiego. Mem kolejny (rys. 2) stanowi właściwie zdjęcie przerobionego billboardu ze zdjęciem prezesa PiS i hasłem „Premier Jarosław Kaczyński. Czas na odważne decyzje” (trzeba zaznaczyć, że jest to billboard z kampanii parlamentarnej z 2011 roku). Dopisany odręcznie slogan „Why so serious?” i specyficzna przeróbka twarzy polityka odnoszą się do postaci Jokera z filmu *Mroczny Rycerz* (reż. Christopher Nolan – kolejna odsłona sagi o Batmanie) – mordercy-szaleńca, który tuż przed popełnieniem zbrodni zadaje swoim ofiarom, w kpiącym zresztą tonie, to retoryczne pytanie. Trzeci mem (rys. 3) czyni z Jarosława Kaczyńskiego postać Wiedźmina – twarz polityka jest wyraźnie rozpoznawalna w postaci bohatera sagi Andrzeja Sapkowskiego (a następnie filmu fabularnego i popularnej gry wideo), podpis głośni: „Wiedźmin Jarek. Szkoła Kaczki”



Rys. 1.

Źródło: <https://imged.pl/najlepsze-memy-po-wyborach-top-20-13362307.html> [dostęp: 15.10.2017]



Rys. 2.

Źródło: <http://www.kciuk.pl/Joker-Kaczynski-a61242> [dostęp: 15.10.2017].



Rys. 3.

Źródło: <http://deser.gazeta.pl/deser/56,111858,19093077,korwin-wejdzie-do-sejmu-dzien-po-wyborach-byl-dzien-pelen-na-dziei.html> [dostęp: 15.10.2017].

(zgodnie z nomenklaturą książki) oraz „Zabijam POtwory...”, co wprost odnosi się do treści sagi, ale również, przez akronim partii opozycyjnej wobec PiS, do aktualnych wydarzeń politycznych.

Wszystkie memy w tej grupie wykorzystują mechanizm mitologizacji bohatera przez prostą analogię. Mamy bowiem polityka, który uosobiony jest z ważnymi postaciami popkultury (zarówno pozytywnymi, jak i negatywnymi), symbolizującymi jednak pewien stały katalog podziwianych cech, takich jak skuteczność, spryt, pewien prestiż, dominacyjność wobec innych postaci fabuły, konsekwencja czy odwaga. I mimo że na pierwszy rzut oka te zabiegi wizualne mogą konotować pewną śmieszność, to jednak wydzięk memów trudno uznać za jednoznacznie pejoratywny dla ich bohatera. Ważne, podziwiane cechy wydają się tu jednak dominujące, co



Rys. 4.

Źródło: <http://joemonster.org/filmy/73478> [dostęp: 15.10.2017].



Rys. 5.

Źródło: <https://www.wprost.pl/galeria/7124/Tusk-Zostawic-was-na-chwile-samych-Najlepsze-memy-po-wyborach.html> [dostęp: 15.10.2017].

może sprzyjać budowaniu pozytywnego wizerunku polityka.

Inny rodzaj memów tego typu bazuje na **cechach osobowości, charakteru lub działaniach prezentowanego bohatera**, jak w przykładach poniżej.

W memie pierwszym (rys. 4) widzimy Adriana Zandberga, współzałożyciela i (nieformalnego) lidera Partii Razem, którego krótka, ale atrakcyjna medialnie, więc zauważalna aktywność (zwłaszcza udział w przedwyborczej debacie) miała zdecydować o uzyskaniu relatywnie dobrego wyniku partii w wyborach i tym samym – o odebraniu Zjednoczonej Lewicy szansy na wejście do parlamentu. Bohaterem drugiego memu (rys. 5) jest były premier Donald Tusk, który w pozie rezygnacji i nawet pewnego zażenowania ma myśleć o słabym wyniku wyborczym swojej partii, pozostawionej pod skrzydłami innego lidera. Wspólnym mianownikiem postaci prezentowanych w tych memach jest ponadnormatywna skuteczność,

która czyni z nich właściwie postaci niezastąpione dla swoich stronnictw i zwolenników. Donald Tusk i Adrian Zandberg działają szybko i są sprytniejsi, inteligentniejsi, bardziej przebiegli niż ich współpracownicy i antagoniści. Ponadto memy te konotują do pewnego stopnia również problem samotności lidera, dorastającego w razie potrzeby nawet do roli wybawiciela (własnej partii lub nawet szerzej – Polski).

Ostatnim rodzajem memów tego typu są takie przekazy, których bu-dulec stanowi **efekt działania w procesie politycznym i wyborczym**, jak w poniższych przykładach.

W memie pierwszym (rys. 6) widzimy roześmianego Grzegorza Schemtyń, opatzonego ironicznym komentarzem o pozornym zmartwieniu z powodu niekorzystnego wyniku wyborczego jego partii. Antyfrastyczność ironii dowodzi tu faktycznego zwycięstwa polityka – paradoksalnie klęska wyborcza jego komitetu wyborczego oznacza tu wzmocnienie polityka pozostającego dotąd w opozycji do władz partii. W memie drugim (rys. 7) kluczową postacią jest Paweł Kukiz, który, dzięki dobremu wynikowi wyborczemu swojej partii, w roli sędziego wydaje dyspozycję zejścia z metaforycznego politycznego boiska Ewie Kopacz, wcześniej premier polskiego rządu. Bohaterem trzeciego memu (rys. 8) jest Antoni Macierewicz, którego zadowoloną lub ironicznie uśmiechniętą twarz zdaje się uzasadniać napis „It's time



Rys. 6.

Źródło: <https://www.kozaczek.pl/plotka-galeria/wybory-prezydenckie-2015-memy-30678> [dostęp: 15.10.2017].



Rys. 7.

Źródło: <http://rozrywka.dziennik.pl/hity-internetu/zdjecia/galeria/503987,2,memy-po-wyborach-parlamentarnych.html> [dostęp: 15.10.2017].



Rys. 8.

Źródło: <http://www.comedycentral.pl/newsy/73629-memy-po-wyborach-prezydenckich> [dostęp: 15.10.2017].

to play the game”, które można przełożyć jako „Czas się zabawić” lub „Czas zagrać w (tę) grę” – slogan ten odnosi się zapewne do wygranej PiS w wyborach i ważnej politycznie i systemowo pozycji, jaką Antoni Macierewicz zajmie w konsekwencji tego zwycięstwa.

Mimo różnych stylistyk i różnych poziomów metaforyzacji przekazu ta grupa memów ma również wspólny mianownik – otóż prezentują one bohaterów, którzy stają się beneficjentami procesu politycznego (czy ściślej: wyborczego). Zyskują dominującą pozycję wobec antagonistów i/lub wobec swoich stronników, decydują o przebiegu wydarzeń, a ich usytuowanie w roli rozdającego karty wydaje się na tyle mocne, że mogą oni pozwolić sobie na ironię lub kpinę w ocenie sytuacji.

Memy osobowe służące demitologizacji

Drugi wyróżniony typ memów to memy służące demitologizacji, czyli takie, które polegają na deprecjonowaniu bohatera i odebraniu mu pozytywnych przymiotów charakterystycznych dla zajmowanego urzędu lub wykonywanego zawodu. Mechanizm perswazyjny bazuje tu więc na uznaniu pewnej powszechnej zgody co do tego, że osoby zajmujące określone stanowiska (np. wysokie urzędy państwowe) lub wykonujące określony zawód (łączy się często z doświadczeniem i ekspercką wiedzą) powinny reprezentować pewien poziom kompetencji, kultury osobistej i reputacji. Mem eksponuje kontrast między tymi pożądanymi przymiotami a zachowaniem lub wypowiedzią bohatera, które wprost przeczą tym przymiotom. W tej grupie memów można wyróżnić cztery rodzaje zabiegów, prowadzących do demitologizacji ich bohaterów.

Grupa pierwsza to memy, które opierają się na **deprecjonowaniu bohatera przez ocenę jego kompetencji i doświadczenia**. To z jednej strony memy łatwe w interpretacji, z drugiej jednak wymagające przynajmniej podstawowej wiedzy o bieżących wydarzeniach politycznych, której brak stanowi barierę wejścia do odbioru i interpretacji.

W pierwszym memie (rys. 9) widzimy poważnie wyglądającego Ryszarda Petru, który bez pożądanego autodystansu grozi prywatyzacją każdemu, kto posłuży się nadaną politykowi ksywką. Pojęcie prywatyzacji odnosi się tu do kariery zawodowej Petru związanej z bankowością, a także do jego skrajnie liberalnych poglądów gospodarczych – a jednak jest deprecjonujące, ponieważ pokazuje absurdalność postulatów polityka, sugerując, że postuluje się on tym pojęciem bez właściwego rozumienia. Można zatem powiedzieć, że ten mem rysuje obraz Ryszarda Petru jako pożytecznego idioty, który nie rozumie swoich odbiorców. W drugim memie (rys. 10) pojawia się Bronisław



Rys. 9.

Źródło: <http://memy.pl/mem/20178/Ryszard> [dostęp: 15.10.2017].

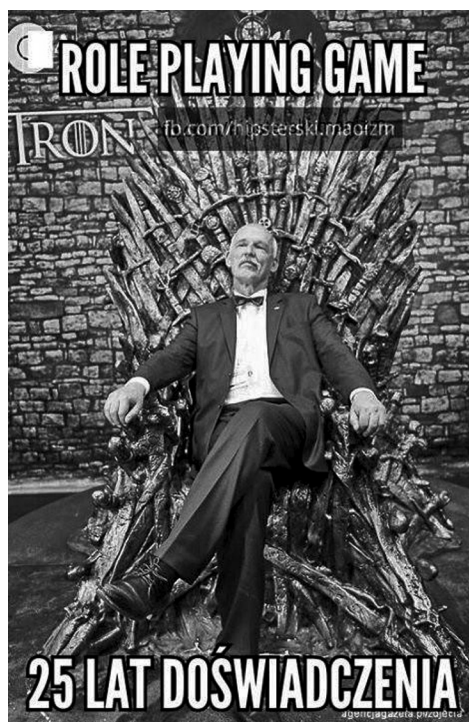
Komorowski, który wyraża poważny pozornie przekaz o współodczuwaniu z sympatykami rozczarowania z powodu przegranej PO w wyborach parlamentarnych. W tekście tkwi jednak błąd ortograficzny, popełniony kiedyś przez samego prezydenta – i ta faktyczna kompromitacja powoduje jednoznacznie negatywny dla bohatera wydźwięk memu. Obrazek trzeci (rys. 11) odwołuje się do bardzo długiej i kończącej się w większości przypadków porażką historii startu w wyborach komitetów Janusza Korwin-Mikkego. Każdy z tych memów eksponuje jakiś rodzaj działania bohatera, które jest dla niego deprecjonujące i powoduje kompromitację w funkcji, o którą polityk walczy lub którą sprawuje.

Grupa druga to memy wykorzystujące **satyrę opartą na hiperbolizacji**. W tego typu przekazach bohater memu, polityk, jest przedstawiany w roli bohatera znanej produkcji telewizyjnej (filmu fabularnego, serialu animowanego itp.). Efekt satyryczny



Rys. 10.

Źródło: <http://deser.gazeta.pl/deser/56,111858,19086773,polacy-zaglosowali-w-wyborach-i-wybrali-wyniki-splywaja-a.html> [dostęp: 15.10.2017].



Rys. 11.

Źródło: <http://www.fronda.pl/internauci-bezlitosnie-komentuja-porazke-komorowskiego,51300.htmlpage=2&> [dostęp: 15.10.2017].



Rys. 12.

Źródło: <http://www.fakt.pl/wydarzenia/polityka/zarty-z-janusza-korwin-mikkego-memy/ptbtktj> [dostęp: 15.10.2017].



Rys. 13.

Źródło: <http://deser.gazeta.pl/deser/56,111858,19086773,polacy-zaglosowali-w-wyborach-i-wybrali-wyniki-splywaja-a.html> [dostęp: 15.10.2017].



Rys. 14.

Źródło: <http://www.polityka.pl/galerie/1638139,6,memy-zamiast-komentarzy-czyli-internet-o-wyborach.read> [dostęp: 15.10.2017].

wynika z absurdalności tego zestawienia – bohater, w którego postać wcielony zostaje polityk, jest modelowo odległy od tegoż polityka lub jest wręcz zwierzęciem czy potworem.

W przedstawionych dla przykładu przekazach Janusz Korwin-Mikke staje się archeologiem i poszukiwaczem przygód Indianą Jonesem (rys. 12), Antoni Macierewicz to Kraken – potwór morski, zobrazowany m.in. w filmie *Clash of the Titans* (bazującym na micie o Perseuszu) – rys. 14, natomiast Andrzej Duda i Jarosław Kaczyński są przyrównani wprost do Pinkiego i Mózgu, czyli laboratoryjnych białych myszek, które w amerykańskim serialu animowanym planują przejęcie kontroli nad światem (rys. 14). Porównanie polityka z taką charakterystyczną postacią ma na celu wyeksponowanie cechy uosabianej przez tę postać. Przesadnia (hiperbola) w eksponowaniu cechy tej postaci w zestawieniu z osobą polityka daje efekt komiczny, co w konsekwencji może deprecjonować polityka. Warto jednak pamiętać, że kierując się paradoksalną, ambiwalentną logiką internetów i internautów, tego typu przedstawienia polityka, jako bohatera świata popkultury, może także ocieplać jego wizerunek, czynić z niego osobę bliską użytkownikom internetów, a w konsekwencji nobilitować go na tle innych, których nazwiska polskim internautom niewiele mówią.

Kolejnym, dość interesującym mechanizmem, zaobserwowanym

w memach politycznych, jest **deprecjonowanie przez dominację**. W tego typu memach polityk (w tym przypadku kobieta), pełniący kierowniczą – a więc z założenia kojarzącą się z pewną siłą czy niezależnością – funkcję, jest zaprezentowany w relacji podległości wobec innego polityka (w tym przypadku mężczyzny).

Na obrazku pierwszym (rys. 15) pojawia się Ewa Kopacz i Donald Tusk, politycy PO i następujący po sobie premierzy. Ewa Kopacz została uchwycona w niefortunnej pozycji skłaniania głowy (prawdopodobnie, by spojrzeć na schody, którymi za chwilę miała zejść) i trzymania rąk wzdłuż ciała, co daje wrażenie podległości wobec stojącego obok Donalda Tuska. Pozornie informacyjny tekst, wyraźnie przypisany tu mężczyźnie, ma wydźwięk krytycznej oceny, którą Ewa Kopacz milcząco akceptuje. Na drugim obrazku (rys. 16) widzimy Beatę Szydło, również ze spuszczonym wzrokiem, i karcąco patrzącego na nią Jarosława Kaczyńskiego. Przewodniczący partii wydaje kobiecie polecenie bycia niezależną, na którą ona – w pełnej podległości wobec szefa – wyraźnie (za pomocą wojskowego wykrzyknienia) się godzi. Oba memy mają tożsamą konstrukcję – prezentują pary polityków, w których kobieta otrzymuje funkcję lidera z nadania mężczyzny, szefa partii. W memach widzimy momenty ewaluacji, oceny połączonej z niemą lub wyrażoną dyspozycją – nie mamy wątpliwości, kto jest prawdziwym agensem w tej sytuacji, a kto jest bierny, podległy, podporządkowany – a więc wprost zdeprecjonowany.



Rys. 15.

Źródło: <https://tvs.pl/informacje/wyniki-wyborow-prezydenckich-oczami-internautow-najlepsze-memy/> [dostęp: 15.10.2017].



Rys. 16.

Źródło: <http://tosterpandory.pl/wybory-pazdziernik-2015-w-memach/> [dostęp: 15.10.2017].



Rys. 17.

Źródło: <https://imged.pl/najlepsze-memy-po-wyborach-top-20-13362307.html> [dostęp: 15.10.2017].



Rys. 18.

Źródło: <http://demotywatory.pl/4564124/Skseryj-mi-to-dwa-razy-i-przy-okazji-przynies-tez-kawe> [dostęp: 15.10.2017].



Rys. 19.

Źródło: <http://memy.pl/tag/schetyna> [dostęp: 15.10.2017].

W ostatnim typie memów pojawia się bardziej złożony mechanizm deprecjonowania – chodzi o **wyeksponowanie figury wroga, która łączona jest z prezentowanym pejoratywnie bohaterem**. Deprecjonujący jest tu związek bohatera memu z tymże wrogiem – już sama bliska relacja z przeciwnikiem ma u odbiorcy budzić wątpliwości co do intencji lub siły polityka, którego łączy się z wrogiem. Widoczna w niektórych memach relacja uległości wobec tegoż wroga tym bardziej kompromituje polityka. Politykiem najczęściej ustawianym w tych memach w roli wroga jest kanclerz Niemiec Angela Merkel, która skrycie zarządza Platformą Obywatelską i działaniami liderów tej partii. W memie pierwszym (rys. 17) widzimy zafrasowaną twarz kanclerz, która jest rozczarowana wynikiem wyborów w Polsce oraz faktem, że PiS zniweczył jej misterny plan i wysiłki. W memie drugim (rys. 18) Angela Merkel wydaje kompromitujące dla polskiej premier polecenie wykonania zadań kojarzonych jako asystenckie, a relacja między kobietami zdaje się metaforycznie oddawać

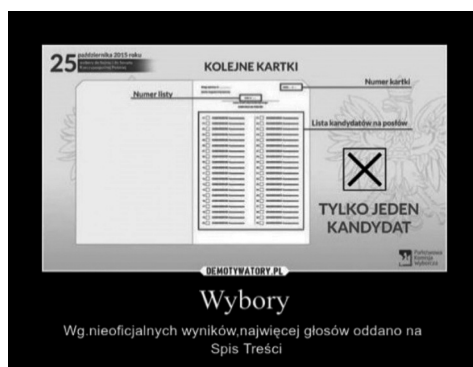
relację między rządzoną przez Kopacz Polską a rządzonymi przez Merkel Niemcami. W trzecim obrazku (rys. 19) pojawiają się Grzegorz Schetyna i Donald Tusk, którzy swoimi komentarzami również dowodzą, że patronem ich działań jest kanclerz Niemiec. Podsumowując, można stwierdzić, że w tym rodzaju memów kompromitująca dla polskich polityków jest bezpośrednia zależność od szefowej niemieckiego rządu, która powiela stereotypowe przekonanie o wielopoziomowej, zakorzenionej historycznie zależności Polski od Niemiec.

Proces wyborczy

Ostatni prezentowany tu typ memów odnosi się do samego procesu wyborczego, sygnalizuje zatem rodzaj metanarracji o wyborach i wyborcach. Można wyróżnić ich trzy rodzaje.

Pierwszy z nich prezentuje **wyborców jako bezwolny tłum, niesłyszaną większość, która wyraża swój sprzeciw biernością**. Przekazy te eksponują bezsens samego aktu głosowania, wynikający z braku poważnych, atrakcyjnych kandydatów lub realnie interesującej wyborców oferty. Memy wskazują, że w tej sytuacji większość uprawnionych w ogóle nie głosuje (co automatycznie osłabia mandat rządzących, wybranych głosami mniejszości) lub bezwiednie realizuje rytuał głosowania, kończący się zawsze rozczarowaniem (metaforyczny upadek ze „ślepych” schodów) – rys. 20–22.

Druga grupa memów tego typu to **memy obnażające rzekomą miłośność, powierzchowność propozycji programowych polityków, które stanowią rodzaj obciążenia dla wyborców**. Memy wyśmiewają nie-



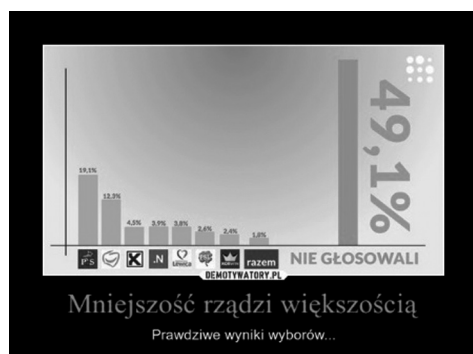
Rys. 20.

Źródło: <http://fakty.interia.pl/najnowsze-memy-wyborcze-zdjecie,ild,1950658,iSort,5,iTime,1,iAId,177815> [dostęp: 15.10.2017].



Rys. 21.

Źródło: <http://memy.pl/mem/161201/Friendzone?rsidbar> [dostęp: 15.10.2017].



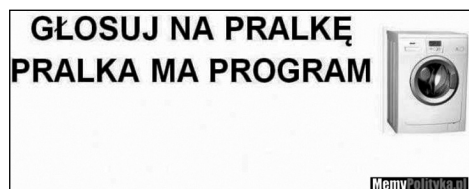
Rys. 22.

Źródło: <http://fakty.interia.pl/najnowsze-memy-wyborcze-zdjecie,ilD,1950658,iSort,5,iTime,1,iAId,177815> [dostęp: 15.10.2017].



Rys. 23.

Źródło: <https://kwejk.pl/przeglądaj/2472941/0/liroy-w-sejmie.html> [dostęp: 15.10.2017].



Rys. 24.

Źródło: <http://www.polishexpress.co.uk/debata-liderow-w-krzywym-zwierciadle-memow> [dostęp: 15.10.2017].

kompetencję kandydatów na parlamentarzystów, mało wiarygodnych z racji wcześniej wykonywanych zajęć (rys. 23). W niektórych memach argumentacja jest sprowadzona *ad absurdum* – w poniższym przykładzie autor mema wykorzystuje polisemiczność słowa „program”, by zaznaczyć, że ubiegający się o władzę kandydaci nie proponują wyborcom niczego użytecznego (rys. 24).

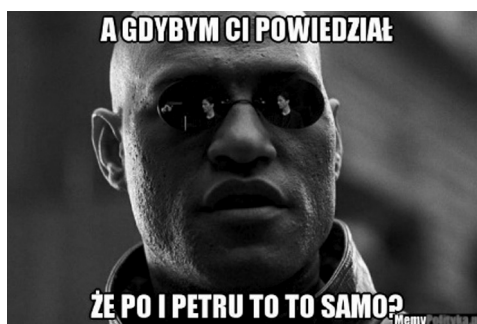
Ostatnia, dość pokaźna liczbowo grupa memów, to **memy prezentujące system polityczny jako matriks**, akcentujące jego nierealność, wsobność i w konsekwencji bezsens funkcjonowania. To oderwanie świata politycznego od rzeczywistości ma stanowić uzasadnienie eskapizmu obywateli i powszechnej krytyki aktorów politycznych.

W jednym z przykładowych memów (rys. 25) widzimy kadr z filmu *Matriks*, w którym jeden z bohaterów (Morfeusz, w fabule informujący pozostałe postaci o istnieniu świata równoległego) sugeruje, że dwie partie polityczne stanowią właściwie ten sam – w konsekwencji sztuczny – podmiot. W drugim memie (rys. 26) kilkoro polityków jest zestawionych w konstrukcji matrioszkowej, sugerującej, że politycy są postaciami niejako nierealnymi, zainteresowanymi tylko sobą nawzajem i tworzącymi kakofonię pustych, męczących dla wyborcy głosów.

Podsumowanie

Przegląd poszczególnych typów memów i przyłożenie do nich zaproponowanego w pierwszej części artykułu schematu analizy prowadzi do kilku wniosków. Przede wszystkim popularność treści memetycznych w kampaniach wyborczych i pomiędzy nimi dowodzi ich dużego znaczenia dla wyborców, a tym samym i dla samych aktorów politycznych – partii, liderów, ruchów społecznych. Dzięki atrakcyjnej formie memy dystrybuują treści polityczne w nowe przestrzenie – edukacyjne, rozrywkowe, nawet interakcje prywatne wyborców. Wobec wzrostu znaczenia internetu jako medium, w którym realizuje się komunikacja polityczna, można spodziewać się także utrzymania lub wzrostu znaczenia memów jako gatunku (?) komunikacji politycznej. Uwagę zwraca również autoreferencyjność dyskursu memetycznego w polskim internecie – memy stały się nie tylko obowiązkowym zgoła środkiem komunikacji politycznej, ale także wręcz narzędziem konstytuującym lidera politycznego (*vide* np. mem „Zróbcie mema, że jestem dobrym premierem” z Ewą Kopacz czy „Śmieszki się skończyły” z Antonim Macierewiczem). Fakt, że wiele komitetów wyborczych samodzielnie tworzy i dystrybuuje memy, których bohaterami są promowani politycy, daje mocny dowód znaczenia tego formatu – nie mniej już może istotnego niż ulotki czy spoty reklamowe.

Pod względem formalnym memy polityczne są standardowe. Bez kłopotu można przyporządkować je do typologii stworzonej przez Wiktora Kołowieckiego. Wśród memów politycznych odnajdziemy przede wszystkim memy szablonowe, czyli oparte na niemodyfikowalnym schemacie, który



Rys. 25.

Źródło: <http://memy.pl/memy/najnowsze?page=4968> [dostęp: 15.10.2017].



Rys. 26.

Źródło: <https://www.cda.pl/obrazek/show/incepja/p2> [dostęp: 15.10.2017]

można wypełniać treściami określonymi przez autora. Takie memy, mające „formę identycznego obrazka, który opatrzeć można własnym podpisem według mniej lub bardziej określonego wzorca (...)”⁴¹, bazują najczęściej na szczególnie polisemicznych i tym samym atrakcyjnych zdjęciach osób lub wydarzeń, powielanych w mediach i użytecznych w różnych kontekstach. Rzadziej pojawiają się tzw. memy komentujące, dostarczające puenty do opisywanej sytuacji za pomocą rysunku (często twarzy) z jednoznacznie wyrażoną emocją dołączonego do wcześniej znanego kadru⁴². Wreszcie zdarzają się memy eksploatujące, czyli takie, które wyewoluowały z memów szablonowych i nie prezentują precyzyjnego przekazu. Tego typu memy są najmniej obfite znaczeniowo, stają się popularne tylko w krótkim okresie⁴³.

Wobec tej przewidywalności formalnej memów politycznych najciekawszym wątkiem w ich analizie wydaje się funkcjonalność memu jako takiego w procesie partycypacji politycznej obywateli. I tu mamy do czynienia z pewnym paradoksem – otóż memy polityczne deprecjonują partycypację polityczną, będąc jednocześnie wyrazem zaangażowania politycznego autora. Być może więc, wbrew pierwotnemu założeniu, eksponują raczej inkluzywny niż eskapistyczny wymiar polityki i mogą pobudzać zaangażowanie polityczne. Intertekstualność memów poświęconych krytyce politycznej stanowi – znów paradoksalnie – zachętę do dyskusji, jej faktyczne otwarcie, a nie tylko zamykającą ocenę. Pomysłowość twórców memów politycznych i polisemiczność samych memetycznych przekazów każe sądzić, że memy dają pole do bardziej kreatywnej, wysublimowanej, wielopoziomowej krytyki politycznej (opartej choćby na ironii, absurdzie czy nonsensie) niż tradycyjne środki przekazu – dlatego mogą być atrakcyjne również dla szczególnie zaangażowanych i kompetentnych komunikacyjnie wyborców. Co jednak, jeśli są atrakcyjne tylko dla takich wyborców? Może sprzyjają większemu zaangażowaniu ograniczonego grona osób i tak wstępnie zainteresowanych polityką – trzeba przecież mieć pewien poziom wiedzy wstępnej, by móc większość memów politycznych zrozumieć i zinterpretować. Można mieć również wątpliwości, czy aby memy nie służą kreowaniu i deprecjonowaniu lidera politycznego jako lidera społeczności fanowskiej, a nie przywódcy wyborców-obywateli⁴⁴.

41 W. Kołowiecki, *Memy internetowe...*

42 Tamże.

43 Tamże.

44 Por. P. Siuda, *In pursuit of pop culture. Reception of pop culture in the People's Republic of Poland as opposition to the political system – Example of the science fiction fandom*, „European Journal of Cultural Studies” Vol. 17 (2014), No. 2, s. 187–208.

BIBLIOGRAFIA

- Appadurai A., *Disjuncture and difference in the global cultural economy*, [w:] *Cultural Theory: An Anthology*, eds. I. Szeman, T. Kaposy, Malden, MA 2010.
- Bakhtin M., Medvedev P., *The Formal Method in Literary Scholarship: A Critical Introduction to Sociological Poetics*, Cambridge, MA 1985.
- Blackmore S.J., *Maszyna memowa*, przekł. N. Radomski, Poznań 2002.
- Borkowski W., Nowak A., *Wpływ społeczny jako model rozprzestrzeniania się memów*, „Teksty z Ulicy. Zeszyt memetyczny” Nr 9 (2005).
- Börzsei L.K., *Makes a Meme Instead: A Concise History of Internet Memes*, „New_Media Studies Magazine” 7 (2013).
- Brodie R., *Wirus umysłu*, przekł. P. Turski, Łódź 1996.
- Castaño Diaz C.M., *Defining and characterizing the concept of Internet Meme*, „Revista CES Psicología” Vol. 6 (2013).
- Dawkins R., *Samolubny gen*, przekł. M. Skoneczny, Warszawa 2007.
- Dawkins R., *Viruses of the Mind*, 1991, <http://www.inf.fu-berlin.de/lehre/pmo/eng/Dawkins-MindViruses.pdf> [dostęp: 1.10.2017].
- Dawkins R., *Just for Hits – Richard Dawkins* [wystąpienie podczas Cannes Advertising Festival, 2013], <http://www.youtube.com/watch?v=GFni8X9edg> [dostęp: 25.10.2017].
- Duchscherer K.M., Dovidio J.F., *When Memes Are Mean: Appraisals of and Objections to Stereotypic Memes*, „Translational Issues in Psychological Science” Vol. 2 (2016), No. 3.
- Ford T.E., *The social consequences of disparagement humor: Introduction and overview*, „Humor: International Journal of Humor Research” Vol. 28 (2015).
- Gackowski T., Patera M., Brylska K., *Spółecznie konstruowany wizerunek Jana Pawła II – znaczenia zawarte w memach internetowych*, [w:] *Wielkość czy autorytet? Jan Paweł II w przekazach polskich mediów podczas jego kanonizacji*, pod red. J. Olędzkiego, T. Sasińskiej-Klas, Warszawa 2016.
- Gray J.A., Ford T.E., *The role of social context in the interpretation of sexist humor*, „Humor: International Journal of Humor Research” Vol. 26 (2013).
- Gutierrez-Rubí A., *Tecnopolítica*, Madrid 2014.
- Hardt M., Negri A., *Empire*, Cambridge, Mass. 2000.
- Jenkins H., *Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century*. Cambridge 2009.
- Kamberelis G., *Genre development and learning: children writing stories, science reports, and poems*, „Research in the Teaching of English” Vol. 33 (1999).

- Kamińska M., *Nieczne memy. Dwanaście wykładów o kulturze internetu*, Poznań 2011.
- Kołowicki W., *Memy internetowe jako nowy język internetu*, „Kultura i Historia” Nr 21 (2012), <http://www.kulturaihistoria.umcs.lublin.pl/archives/3637> [dostęp: 1.10.2017].
- Kumar S., *Contagious memes, viral videos and subversive parody: The grammar of contention on the Indian web*, „International Communication Gazette” Vol. 77 (2015) , No. 3.
- Martínez-Rolán X., Piñero-Otero T., *The use of memes in the discourse of political parties on Twitter: analysing the 2015 state of the nation debate*, „Communication & Society” Vol. 29 (2016), Iss. 1.
- Milner R.M., *The world made meme: discourse and identity in participatory media*, PhD Thesis, Lawrence, KS 2012.
- Nowak J., *Memy internetowe: teksty (cyfrowej) kultury językiem krytyki społecznej*, [w:] *Współczesne media. Język mediów*, pod red. I. Hofman, D. Kępy-Figury, Lublin 2013.
- Parikka J., *Contagion and repetition: On the viral logic of network culture*, „Ephemera: Theory & Politics in Organization” Vol. 7 (2007), No. 2.
- Penney J., *Responding to offending images in the digital age: Censorious and satirical discourses in LGBT media activism*, „Communication, Culture & Critique” Vol. 8 (2015), No. 2.
- Shifman L., *An anatomy of a YouTube meme*, „New Media & Society” Vol. 14 (2012), No. 2.
- Shifman L., Lemish D., *Mars and Venus” in virtual space: Post-feminist humor and the Internet*, „Critical Studies in Media Communication” Vol. 28 (2011), No. 3.
- Siuda P., *In pursuit of pop culture. Reception of pop culture in the People’s Republic of Poland as opposition to the political system – Example of the science fiction fandom*, „European Journal of Cultural Studies” Vol. 17 (2014), No. 2.
- Walkiewicz A., *Czym są memy internetowe? Rozważania z perspektywy memetycznej*, „Teksty z Ulicy. Zeszyt memetyczny” Nr 14 (2012).
- Wężowicz-Ziółkowska D., *Jednostka pamięci kulturowej. Próba kulturoznawczej redefinicji i interpretacji hipotezy memetycznej*, „Teksty z Ulicy. Zeszyt memetyczny” Nr 15 (2014).
- Wężowicz-Ziółkowska D., *Moc narrativum. Idee biologii we współczesnym dyskursie humanistycznym*, Katowice 2008.
- Wiggins B.E., Bowers G.B., *Memes as genre: A structural analysis of the memescape*, „New Media & Society” Vol. 17 (2015), No. 11.

SUMMARY

The direct reference to the social reality in question lies in the nature of memes. This feature of memes seems particularly relevant for political ones, which always contain two components – factual or personal reference to current events and emotional, biased interpretation. By adopting such an understanding of the ideas of memes and the way they are socially active, the authors propose a scheme of analysis, which simultaneously reflects the mode of reception of meme and the mechanisms that make it communicative and attractive. The authors use a scheme of deconstruction of the semantic syntagm and then reconfiguration of the meanings it contains.

Memes have become a popular tool of political communication for several years now. They are created by voters themselves, but also by electoral committees, which are stepping up campaign activities into the Internet. Memes are also useful because they express different types of narratives about politics, symbolized by repetitive, schematic motives. Thanks to this, political memes are reproduced not only formally but also in the structure of the content, and thus can be typologized. Among the memes produced and disseminated during the parliamentary election campaign 2015 in Poland, there are three major types: 1) personal memes used for hagiography and mythologization of politicians, 2) personal memes serving for demitologization of politicians, 3) memes dedicated to the electoral process. Each of the three types is created through specific formal procedures, presented in the article. In the last part of the text the authors are also considering the functionality of meme as a tool helping to stimulate the political participation.