DOI: 10.31648/pw.11462

Artur Czapiga
ORCID: https://orcid.org/0000-0001-7845-4051
University of Rzeszów

ROSYJSKIE I POLSKIE MEMY INTERNETOWE JAKO NARZĘDZIE W WALCE Z KRYZYSEM EPIDEMICZNYM COVID-19

Polish and Russian internet memes in the fight against the COVID-19 epidemic crisis

Abstract: The paper presents an analysis of demotivators from Polish and Russian websites. Being short messages, most often created as a combination of a graphic element and a brief text, they constitute very condensed acts of communication. The theoretic background of the survey is the modern approach to the Dawkins' understanding of a meme. Attention was paid to several aspects of the examples: structure, main functions, whether they are universal or culture-specific and what characters they depict. The memes were collected from demotywatory.pl and demotivatorium.ru in two groups: March/April 2020 and October/November 2021. The purpose was to compare the material from the beginning of the outbreak and from much later, when the topic didn't attract much attention of the societies. Memes are an effective tool for spontaneous struggle with the difficult pandemic reality, they can be generated quickly in response to the current socio-political situation.

Keywords: internet meme, Polish language, Russian language, contrastive analysis, COVID-19 epidemic crisis

1. Wstęp

Jakkolwiek memy internetowe są obecnie jedną z najbardziej rozpowszechnionych form przekazu, a ich rozwój w ostatnim czasie uległ spektakularnemu przyspieszeniu, to wciąż jeszcze nie zostały wnikliwie i jednoznacznie opisane (Ryzhkov 2021, 19). Za autora pierwszej koncepcji rozumienia memu uznaje się R. Dawkinsa, który postrzegał go jako replikującą się jednostkę informacji kulturowej i przywoływał porównanie memów do wirusów (2006, 192). Obecnie rozumiane są one jako obiektywne twory kulturowe, mające znaczenie artystyczne, a więc już nie jako „wirusy umysłu" (Iwanicki 2018, 66).

Jest rzeczą oczywistą, że na memy internetowe trzeba było poczekać, aż owo nowe medium przekazu informacji powstanie i rozprzestrzeni się na tyle, żeby stało się ogólnodostępne. Wraz z postępującą cybernetyzacją rosła także cyrkulacja

powtarzalnych jednostek, pojawiały się kolejne platformy przeznaczone do rozprzestrzeniania się memów, strony internetowe, oferujące narzędzia do szybkiego i łatwego tworzenia nowych i przetwarzania już istniejących (Kołowiecki 2012).

Rozumienie opisywanego terminu (mem internetowy) i typologia tego zjawiska, wyprowadzone bezpośrednio z jego szerszego znaczenia (mem), musiały zostać dostosowane do nowych realiów. Mem internetowy to zdigitalizowany wytwór kultury (tekst, obraz, film, dźwięk) pierwotnie dystrybuowany w Internecie (Kamińska 2011, 61). Ważnymi aspektami takiego przekazu są jego precedentność (Panova | Shumakova 2019, 358-359), spontaniczny charakter oraz podatność na przetwarzanie (Kołowiecki 2012). To jednostki niezwykle szybko reagujące na aktualne wydarzenia z życia społeczeństwa, czemu sprzyja zarówno potencjalna łatwość ich tworzenia, jak i nośność kanału ich rozpowszechniania. Przez werbalizację tego, co angażuje emocjonalnie nie tylko twórców, lecz także odbiorców, memy internetowe stają się nośnikiem pamięci danej grupy społecznej, a więc są świadectwem i odbiciem wyznawanych wartości, poruszają wydarzenia, które są ważne dla tej grupy i dopóki są dla niej ważne (Wójcicka 2019, 67).

Memów nie można usunąć z sieci, gdyż są archiwizowane na różnych stronach, powtarzane i przetwarzane. Jeśli tracą popularność, to użytkownicy przestają je kopiować i przesyłać, ale nie znikają one z archiwalnych zasobów Internetu. M. Wójcicka wyróżnia cztery etapy w cyklu życia tych jednostek (2019, 63-114): 1) zapamiętywanie, czyli tworzenie nowych form przez odwoływanie się do aktualnych wydarzeń społecznych, politycznych, kulturalnych; 2) pamiętanie, czyli trwanie memów, polegające na ich powielaniu, uzupełnianiu oraz wypełnianiu kolejnym materiałem leksykalnym; jest to struktura łącząca to, co społeczne, z tym, co jednostkowe; 3) zapominanie, czyli zaprzestanie udostępniania czy lajkowania treści, które już nie spełniają zapotrzebowania odbiorców, znudziły się, przeminęło zainteresowanie zjawiskiem leżącym u ich podstaw; 4) przypominanie, czyli powracające zaangażowanie i wzruszenie treścią, która została przez grupę zapomniana[1]. W memach przypominane mogą być teksty kulturowe oraz teksty okazjonalne.

Za jeden z podstawowych celów memów internetowych uważa się chęć rozbawienia odbiorcy, jednak może on być zastąpiony przez misję społeczną bądź informacyjną, próbę kształtowania określonych postaw lub szerzenie pewnych wartości (Kamińska 2011, 61; Naruszewicz-Duchlińska 2017, 251-263). Z reguły są spontaniczną reakcją internautów na otaczającą rzeczywistość, ułatwiają oswajanie trudnych informacji, traumatycznych wydarzeń, pomagają radzić sobie ze stresem, wątpliwościami, odzwierciedlają nastroje danej grupy.

W ich przypadku mamy do czynienia z jednym twórcą i wieloma odbiorcami, którzy mogą sami przetworzyć mem i stać się autorami jego nowej wersji. Jest to o tyle ułatwione, że wiele memów internetowych ma szablonowy charakter,

[1] Memy przypomniane R. Titulaer nazywa nośnym terminem retro memów (2020).

co znacznie ułatwia edytowalność (Ryzhkov 2021, 19): dany obrazek pojawia się z nowym napisem, jest konfrontowany z innym obrazem, wchodzi w skład większej całości itp. Ponadto powstają nowe strony, gdzie na odwiedzających czekają narzędzia do szybkiego tworzenia memów, a zbiór elementów do wykorzystania wspiera istniejące już egzemplarze jako podstawy do nowej twórczości.

Do prawidłowego odczytania memów potrzebny jest wspólny zasób wiedzy, łączący twórcę i odbiorcę (zbiorowego), a swój pełny charakter ujawniają jako jednostki dialogowe, gdyż dopełniają się dopiero w odbiorze i interpretacji. Nasycenie przekazu ironią i aluzją, zanurzenie go w intertekstualności pobudza odbiorcę do działania, do semantycznego i pragmatycznego domknięcia komunikatu (Gackowski | Patera | Brylska 2016, 278).

Wśród czynników, które wydatnie przyspieszyły rozwój memów internetowych oraz proces krystalizowania się teorii naukowych poświęconych tym jednostkom, K. L. Ryzhkov wymienia: 1) znaczący wzrost liczby memów internetowych, w wyniku czego zostały uznane za samodzielny rodzaj komunikacji internetowej; 2) pojawienie się platform, jak np. TikTok, które znacznie ułatwiają generowanie i rozprzestrzenianie memów internetowych; 3) dramatyczne wydarzenia związane z pandemią koronawirusa i przeniesienie znacznej części codziennej komunikacji do Internetu (2021, 19).

2. Charakterystyka materiału badawczego

Materiał do analizy w niniejszym studium został zebrany z polskich i rosyjskich stron internetowych, specjalizujących się w prezentowaniu demotywatorów (odpowiednio: demotywatory.pl oraz demotivatorium.ru), czyli memów, które pojawiły się jako parodia plakatów motywacyjnych, popularnych zwłaszcza w wielkich amerykańskich korporacjach. Bardzo często mają podobną budowę – zwykle jest to obraz na czarnym tle, opatrzony dwudzielnym tekstem, pisanym powyżej i/lub poniżej grafiki (Wójcicka 2019, 42). Taka struktura wyznacza logiczną kolejność odbioru poszczególnych elementów, ich współzależność i sama w sobie może być traktowana jako narzędzie retoryczne (Brylska | Gackowski 2017, 32-34).

Początkowo demotywatory były ironiczną odpowiedzią na demagogię wychwalającą poświęcenie dla dobra firmy, stanowiły swego rodzaju kontrplakat. Z czasem stały się narzędziem satyry politycznej i społecznej, wyrazem ekspresji popkultury, narzędziem szokowania i prowokowania, ale także wychowywania. Znaczna popularność komunikatów przekazywanych za pośrednictwem Internetu przyczyniła się także do wykorzystania ich w sposób planowy w debatach politycznych, w marketingu itp. W przeciwieństwie do spontanicznych memów tworzonych przez bliżej niesprecyzowanych użytkowników sieci można

zaobserwować również te, których autorami są konkretne grupy społeczne – np. sztaby wyborcze czy działy promocji firm.

Obecność obrazu w demotywatorach nie jest przypadkowa. Jest to połączenie współdopełniających się elementów, w których jeden (obraz) służy do naprowadzenia odbiorcy na właściwą interpretację tego drugiego (czyli tekstu). Zarówno kodowanie, jak i odkodowywanie takiego przekazu wymaga znajomości kultury danej grupy, jej historii, symboli, bieżących wydarzeń itd. Element graficzny, podpowiadając, o jakie elementy wiedzy chodzi i/lub jak je skojarzyć z towarzyszącą mu wypowiedzią, zmniejsza ryzyko rozminięcia się interpretacji zakładanej przez twórcę z tym, jaki sens memu wyłowi adresat (Kansteiner 2014, 239). Zauważyć tu można dominację aspektu sprawczego, pobudzającego do działania nad elementem opisowym (Kiklewicz 2012, 63).

Demotywatory można podzielić na trzy grupy tematyczne: 1) ocena bieżących i/lub ważnych wydarzeń politycznych, ekonomicznych i społecznych w kraju i na świecie, 2) refleksje związane z typowymi współczesnymi problemami w życiu codziennym jednostki, grupy społecznej, narodu, 3) problemy egzystencjalne, refleksja nad sensem życia i kondycją duchową współczesnego człowieka (Kudlińska 2014, 117). Z kolei pod względem sytuacyjności memów wyróżnia się: 1) demotywatory autonomiczne, niezakotwiczone w konkretnej sytuacji, odczytywane niezależnie od wiedzy o aktualnych wydarzeniach i 2) kontekstualne, których odczytanie wymaga znajomości szeroko rozumianego kontekstu kulturowego i/lub dyskursu medialnego (Wójcicka 2019, 44).

3. Analiza materiału

Materiał faktograficzny, czyli demotywatory dotyczące kryzysu epidemicznego związanego z COVID-19, zbierany był dwuetapowo. Jedna grupa memów pochodzi z marca/kwietnia 2020 r., a więc okresu, kiedy pandemia osiągnęła już globalny zasięg, ale wciąż było to zjawisko nierozpoznane, panowało zamieszanie informacyjne, rzetelne informacje przeplatały się z emocjonalnymi, lub wręcz z fake newsami, sytuacja epidemiczna zagroziła w wymierny sposób życiu nie tylko zarażonych, lecz także całych społeczeństw, stawiając je w niespotykanej w ostatnich czasach sytuacji izolacji, ograniczenia praw, niepewności o jutro i troski o bliskich. Jest to odpowiednio 28 polskich i 66 rosyjskich memów.

Druga transza materiału (znacznie skromniejsza liczebnie: 6 z domeny demotywatory.pl i 7 z demotivatorium.ru) pochodzi z okresu relatywnego spokoju epidemicznego, pomiędzy trzecią a czwartą falą (październik/listopad 2021). Demotywatory z tej grupy powstawały w odmiennych okolicznościach – z jednej strony mieliśmy do czynienia z poprawą sytuacji ze względu na coraz większą liczbę zaszczepionych i ozdrowieńców, wzrost wiedzy na temat wirusa, luzowanie

obostrzeń, brak nowych ograniczeń, swego rodzaju przyzwyczajenie się do panujących warunków; z drugiej jednak strony obserwowaliśmy rozprzestrzenianie się fałszywych informacji czy rosnącą popularność ruchów antyszczepionkowych. Tematyka covidowa musiała więc konkurować z tematami przyciągającymi uwagę publiczną swoją świeżością – jak np. kontrowersyjne decyzje/zachowania polityków, kryzys na granicy polsko-białoruskiej itp. Porównanie tych dwóch grup przykładów ma na celu uchwycenie ewentualnych różnic w reagowaniu internautów na to samo zjawisko, jednak w odmiennej sytuacji.

Dla przeprowadzenia wieloaspektowej analizy i większej przejrzystości opisu w niniejszym szkicu wykorzystane zostały cztery kryteria podziału materiału faktograficznego: 1) budowa zebranych demotywatorów, 2) funkcje, jakie pełnią, 3) stopień uniwersalności, 4) bohaterowie, jacy w nich występują.

3.1. Struktura analizowanych memów

Pod względem budowy demotywatory powinny posiadać obraz oraz tekst. W zebranym materiale właśnie tak skonstruowane memy stanowią zdecydowaną większość, jednak spontaniczny wyraz sprzeciwu wobec narzucanych ograniczeń cechuje nie tylko sposób przekazu, lecz także wyraża się w swobodnym podejściu do konwencji analizowanych memów internetowych.



Przykład 1



Przykład 2



Przykład 3

Połączenie tekstu z grafiką sprzyja właściwej dekonstrukcji znaczenia memu (przykład 1) – tekst jest dzielony, grafika podsuwa skojarzenia do właściwej interpretacji przesłania. W klasycznym modelu do uwagi odbiorcy dociera najpierw główna część przekazu. W następnej kolejności zostaje przyciągnięta przez ilustrację, która podaje kontekst do interpretacji – niejednokrotnie pozostający w kontraście ze znaczeniem dopiero co przeczytanego napisu lub eksplorująca konteksty bardzo nieoczywiste dla danej wypowiedzi[2]. Dalsza część komentarza może uzupełniać wiedzę, służyć za argument w dyskusji, przekonywać odbiorcę, być częścią gry językowej itd. Stanowi więc zwieńczenie całego komunikatu, zwiększając szanse na jego skuteczność. W polskojęzycznym materiale są to 4 przykłady ze starszej grupy i 4 z nowszej, a w rosyjskojęzycznym odpowiednio 5 i 2.

Ponad połowa zebranych demotywatorów to połączenie obrazu z tylko jedną częścią tekstową (przykład 2). W tym przypadku dekodowanie przekazu jest ułatwione, jednak wciąż wymaga od odbiorcy skonfrontowania obu elementów. Zdecydowanie najrzadszą grupą są memy zawierające tylko tekst (przykład 3), jest on na tyle ważny i jednoznaczny, że twórca nie uzupełnia go o element graficzny. Pojawiły się tylko w materiale z marca/kwietnia 2020 roku: 2 w polskim i 4 w rosyjskim materiale. Na przeanalizowanych stronach nie odnotowano żadnych demotywatorów o interesującej nas tematyce z samą grafiką, bez tekstu.

3.2. Funkcje analizowanych memów

Ze względu na charakter wyekscerpowanych demotywatorów można je podzielić na humorystyczne, wyśmiewające otaczającą rzeczywistość oraz na poważne, mające wartość edukacyjną.

Pierwsza grupa, znacznie liczniejsza, pozostaje w zgodzie z naturą memów powstających zwykle właśnie w celu rozbawienia odbiorcy (Bauckhage 2021, 42). Śmiech pozwala odreagować stres, w którym człowiek się znalazł, a przez rozładowanie napięcia lub dodanie sił do działania (Meyer 2000, 312) ułatwia jednostce przezwyciężenie sytuacji kryzysowej (przykład 4).

W kontekście kryzysu epidemicznego śmiech wykorzystywany jest jako lekarstwo łagodzące trudne doświadczenia i dającego namiastkę normalności. Znamienne, że wśród starszych przykładów obu języków znajdują się zarówno śmieszne, jak i poważne demotywatory, natomiast jeśli chodzi o nowsze, to tylko rosyjskie są humorystyczne (w tej grupie wystąpiły wyłącznie dowcipne memy). Może to oznaczać, że Polacy i Rosjanie – przynajmniej użytkownicy badanych stron internetowych – w zupełnie odmienny sposób oswoili trudną covidową rzeczywistość.

---

[2] Każdy użytkownik języka jest w stanie odtworzyć potencjalnie możliwy kontekst danej wypowiedzi i dokonać jej interpretacji według tego kontekstu (Awdiejew 1983, 67).



Przykład 4



Przykład 5

W zgoła odmienny sposób pomagają walczyć z kryzysem demotywatory z drugiej grupy – pełne treści ważnych, informujące oraz pomagające interpretować fakty (przykład 5). Przekazanie odbiorcom memów wiedzy to misja niektórych demotywatorów, mają dzięki temu ułatwić walkę ze wspólnym wrogiem, jakim jest wirus, podpowiadając lub wyjaśniając sens promowanych zachowań (np. potrzebę zachowania dystansu społecznego lub noszenia maski w miejscach publicznych). W badanej grupie pojawiły się też memy wypominające politykom ich niepopularne, nieprzemyślane i/lub błędne decyzje. Funkcja edukacyjna demotywatorów to misja społeczna w trudnej sytuacji, przejaw odpowiedzialności twórców.

3.3. Stopień uniwersalności zebranych memów

Pandemia z jednej strony to kryzys, który dotknął ludzi w praktycznie każdym zakątku Ziemi, dlatego mieszkańcy właściwie wszystkich krajów musieli stawiać czoła podobnym wyzwaniom. Z drugiej strony obywateli różnych krajów cechują odmienne uwarunkowania kulturowe, sytuacja gospodarczo-polityczna, inne doświadczenia historyczne. Znajduje to odzwierciedlenie w sposobach werbalizacji przekazu memów.

Przykłady 6 i 7 to demotywatory prezentujące uniwersalne zjawiska, zachowania, sytuacje. Zarówno w Polsce, jak i w Rosji ograniczenia dotyczyły wielu działań i w nierówny sposób dotknęły przedstawicieli różnych zawodów. Fryzjerzy należeli do grupy społecznej stawianej jako przykład tych najbardziej poszkodowanych przez obostrzenia, a zarazem mających pewne pole (i społeczne przyzwolenie)



Przykład 6



Przykład 7

do nielegalnego obchodzenia zakazów (przykład 6). Królowa kwarantanny z przykładu 7 to z kolei odwołanie do wartości papieru toaletowego w czasach niedoboru i przerw w dostawach do sklepów[3]. Uniwersalizm zebranych memów sprawia, że są one z łatwością odczytywane międzykulturowo, więc i cyrkulacja ich jest znacznie ułatwiona – wystarczy podmienić tekst na jego tłumaczenie i mem może rozpocząć życie w nowym środowisku językowym.

W opozycji do poprzedniej grupy znajdują się demotywatory zawierające elementy charakterystyczne dla danej kultury – polskiej bądź rosyjskiej. Często brakuje kompetencji kulturowych do właściwego odczytania memów przez osoby spoza danej społeczności.

Mogą to być wydarzenia z niedawnej przeszłości, związanej z sytuacją pandemiczną, np. konkretne decyzje polityków (przykład 8). Osoby niesledzące na bieżąco wydarzeń politycznych będą miały problem z odczytaniem pełnego kontekstu danego memu, zwłaszcza emocjonalnego, chociaż ogólna informacja pozostaje w zasięgu percepcji każdego odbiorcy.

W przypadku innych demotywatorów specyfika może być skutkiem różnic kulturowych, wynikających np. z odmienności preferencji kulinarnych – model prezentowany przez przykład 9 jest rozpowszechniony w Polsce nie z kaszą gryczaną, lecz z ryżem lub makaronem. Poprawne przeniesienie danego memu na grunt innej społeczności jest stosunkowo łatwe – trzeba odnaleźć ekwiwalent danego desygnatu i, jeśli pozwalają na to wspólne konotacje, podmienić go w komunikacie.

[3] Papier toaletowy to jeden z ogólnoświatowych uniwersaliów – na początku pandemii znikał nie tylko z polskich czy rosyjskich sklepów, lecz także brytyjskich, amerykańskich itd.



Przykład 8



Przykład 9



Przykład 10

Największy stopień specjalizacji cechuje demotywatory, których puenta jest konstruowana na podstawie elementów gry językowej, bazujących na wiedzy z zakresu historii danego narodu. W przykładzie 10 część graficzna przedstawia obraz Lenia działającego w konspiracji, kiedy ukrywał się przed agentami carskimi. Podpis (‘Włodzimierz Iljicz w pracy zdalnej’), utrzymany w stylu tekstów propagandowych, dodatkowo zawierający imię i patronimik[4] jednoznacznie doprecyzowuje, kto jest przedstawiony na obrazku. Każdy, kto rozpozna kulturowy kontekst, może zauważyć, że ówczesna działalność Lenina nosi znamiona pracy

[4] Należy nadmienić, że pewne osoby z historii Rosji są obecne w rosyjskiej kulturze właśnie pod imieniem i patronimikiem, bez potrzeby podawania nazwiska. W Aleksandrze Sergiejewiczu każdy Rosjanin rozpozna Puszkina, w Iosifie Wissarionowiczu – Stalina, Nikicie Siergiejewiczu – Chruszczowa itd. (Belyanin 1998, 38-40).

zdalnej. Co znamienne, tak lakoniczny i bogaty w treści naddane przekaz może wywoływać daleko idące kolejne skojarzenia (np. z tendencją w ZSRR do uznawania Lenina za prekursora wszystkiego, co słuszne i godne naśladowania).

3.4. Bohaterowie memów

Zgodnie z postulatem oksfordzkich uczonych (Jasper | Young | Zuern 2020) do badania memów można także wykorzystać model S. Karpmana (tzw. trójkąt dramatyczny Karpmana), wywodzący się z zakresu psychologii i analizy transakcyjnej (Karpman 1968, 39-43). Po dodaniu pozycji głupca (Fool) do ofiary (Victim), prześladowcy (Persecutor) i wybawcy (Hero) C. de Saint Laurent, V. P. Glăveanu oraz I. Literat stworzyli model dopasowany do natury memów internetowych (2021, 4). W tym kontekście we wszystkich zebranych przykładach w roli prześladowcy występuje wirus. Pozostali aktorzy, włączając w to ewentualnego dodatkowego prześladowcę, mogą się pojawić w dowolnej konfiguracji bądź też zostać pominięci.

Na początku pandemii zdecydowanie więcej demotywatorów wyraźnie przedstawiało zagrożenie ze strony wirusa. W przykładzie 11 obserwujemy personifikację wirusa w roli prześladowcy oraz pracownika medycznego jako bohatera. Druga grupa – przykłady pochodzące z późniejszego okresu – jest zauważalnie mniej liczna, a zagrożenie covidem przedstawia w sposób zawoalowany, nie prezentując prześladowcy bezpośrednio, każąc odbiorcy domyślać się jego istnienia z kontekstu (przykład 12). Tendencja ta jest widoczna zarówno w materiale polskim, jak i rosyjskim. Wspomniane role ofiary, prześladowcy, wybawcy i głupca wzajemnie się przenikają. W pewnych memach jedna grupa społeczna lub dana osoba może występować jako wybawca, w innych jako głupiec, ofiara lub prześladowca. Dużo zależy od światopoglądu twórcy danego demotywatora oraz – w wielu przypadkach – od ścieżki interpretacyjnej odbiorców, gdyż w niektórych demotywatorach analiza może doprowadzić do odmiennych wniosków, w zależności od obranego toku rozumowania.

Warto wspomnieć także o postaciach, które wcielają się we wspomniane wyżej role, gdyż w świecie memów internetowych, często tworzonych na wyspecjalizowanych stronach, bardzo ułatwione jest wykorzystanie istniejących już zdjęć lub grafik przedstawiających konkretnych bohaterów[5].

W zebranym materiale z demotywatory.pl nie odnajdujemy popularnych bohaterów memów internetowych (takich jak np. Filozoraptor, Asocjalny Pingwin, Pieseł czy Kot Zrzęda), wszystkie postaci są nieszablonowe. Podnosi to oryginalność przekazu, wykracza poza utarte ścieżki interpretacyjne, pozwala na lepsze dopasowanie do sytuacji, jednak zmniejsza prawdopodobieństwo interpretacji

[5] Przykładowo 14.12.2024 strona https://fabrykamemow.pl prezentowała 3966 wersji memu bazującego na jednym rysunku Filozoraptor, a różniących się tylko napisami.



Przykład 11

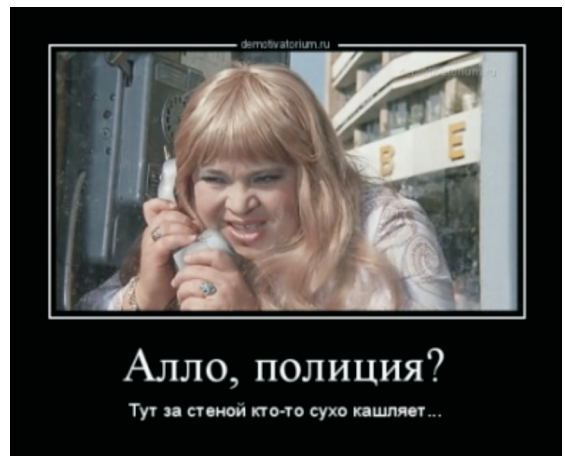


Przykład 12

zgodnej z zamierzeniem twórcy. Inaczej sytuacja przedstawia się w zebranym materiale rosyjskojęzycznym, część demotywatorów wykorzystuje bowiem gotowe wzorce – pojawiają się Kote (przykład 13) oraz kadry z bohaterami filmów, które są już od dawna obecne w świecie memów (przykład 14), przywołują konkretne skojarzenia, a wykorzystywane są z różnymi podpisami, w zależności od zamysłu ich twórców. Już samo użycie istniejących wzorów z popkultury aktywizuje dodatkowe zbiory skojarzeń, wzbogacając przekaz memu, jednocześnie zmniejszając grono odbiorców do tych, którzy znają dane wzorce kulturowe.



Przykład 13



Przykład 14

4. Wnioski

Pierwszym spostrzeżeniem, wynikającym z przeprowadzonego badania, jest znaczące podobieństwo polskiego i rosyjskiego materiału, zarówno pod względem formy, jak i sposobów reagowania na trudną sytuację pandemiczną – zwłaszcza w przypadku memów z początku kryzysu. Twórcy demotywatorów błyskawicznie podjęli wyzwanie walki z wirusem na płaszczyźnie ideologicznej. Przez informowanie, uspokajanie lub pobudzanie do działania, przez podnoszenie na duchu, dzielenie się trudnymi własnymi doświadczeniami, w końcu przez rozśmieszanie starano się wspierać współużytkowników globalnej sieci w czasie epidemii COVID-19. Forma przekazu informacji jest mocno zróżnicowana jak na dość konserwatywne w tym aspekcie demotywatory.

Ponad rok od początku pandemii sytuacja okazała się zupełnie inna. Memy stały się słabiej nacechowane emocjonalnie, zdecydowanie mniej dramatyczne, zaczęły przejawiać bardziej ujednoliconą formę. W polskim materiale główna funkcja to informowanie, w rosyjskim bawienie, chociaż mniej spontanicznie. Temat

angażujący internautów uległ zmianie, został zastąpiony bieżącymi wydarzeniami politycznymi.

Jako forma pamięci grupowej mem internetowy jest elementem zbiorowego działania w obliczu wspólnych problemów. Przez oswojenie groźnego zjawiska, z którym dana społeczność boryka się w znaczeniu emocjonalnym czy egzystencjalnym, przez wyśmianie, przekazanie rzetelnych informacji, wyjaśnienie, uspokojenie dochodzi do stopniowego złagodzenia nastroju zagubienia. Samo uświadomienie sobie, że z tym samym problemem zmagają się inni członkowie społeczności, pozwala jednostce na powrót do normalnego lub w miarę normalnego funkcjonowania, ma więc działanie terapeutyczne. Wyższym poziomem tego zjawiska jest walka z kryzysem przez jego twórczą interpretację, popularne „wyrzucenie z siebie" nadmiaru emocji, podzielenie się z bliskimi (a w trudnych chwilach za owych bliskich można uznać nawet użytkowników tego samego forum, członków grupy w mediach społecznościowych itp.) swoimi uczuciami, wrażeniami, przeżyciami.

Czy memy internetowe nadają się na narzędzie w walce z kryzysem? Zdecydowanie tak. Są one elementami popkultury, wpływającymi na pamięć zbiorową internautów. Wpływ ten jest bardzo szybki, opiniotwórczy, skierowany do członków grupy o podobnych upodobaniach i poglądach. Mają inspirować do działania, nawet jeśli tym działaniem ma być przeżycie konkretnych emocji lub zmiana poglądów. Są jednak żywiołem, czemu sprzyja ich wysoka reproduktywność i emocjonalność, dlatego trudno mówić o świadomie kierowanym wykorzystaniu tego narzędzia przez wąskie grono decydentów. Co prawda partie polityczne lub firmy tworzą swoje memy internetowe, ale wykrycie pochodzenia takiego obrazu błyskawicznie dyskredytuje go w oczach szerokiego grona odbiorców. Sprawia to, że memy internetowe odbierane są przez zbiorowość jako bardziej autentyczne, a więc o większym kredycie zaufania, co wzmacnia ich działanie terapeutyczne w walce z kryzysem.

Bibliografia

Awdiejew, A. (1983), Klasyfikacja funkcji pragmatycznych, [w:] Polonica IX, 53-88.

Bauckhage, C. (2021), Insights into Internet Memes, [in:] Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media, 5 (1), 42-49, [in:] https://ojs.aaai.org/index.php/ICWSM/article/view/14097 (accessed: 24.11.2021).

Belyanin, V. P. (1998), Russkiy yazykovoy anekdot, [in:] Vestnik TSMO MGU 1, Ch. 2: Russkiy yazyk: lingvisticheskiye issledovaniya, 37-42. [Белянин, В. П. (1998), Русский языковой анекдот, [in:] Вестник ЦМО МГУ 1, Ч. 2: Русский язык: лингвистические исследования, 37-42.]

Brylska, K. | Gackowski, T. (2017), Krytyka polityczna w memach internetowych – od dekonstrukcji po rekonfigurację, [w:] Gackowski, T. | Brylska, K. | Patera, M. (red.), Memy, czyli życie społeczne w czasach kultury obrazu. Seria Media. Początki XXI wieku. Warszawa, 25-51.

Dawkins, R. (2006), The Selfish Gene. Oxford.

Gackowski, T. | Patera, M. | Brylska, K. (2016), Społecznie konstruowany wizerunek Jana Pawła II – znaczenia zawarte w memach internetowych, [w:] Olędzki, J. | Sasińska-Klas, T. (red.), Wielkość czy autorytet? Jan Paweł II w przekazach polskich mediów podczas jego kanonizacji. Warszawa, 269-297.

Iwanicki, J. (2018), Memy internetowe w kulturze popularnej. Charakterystyka zjawiska, [w:] Humanoria. Czasopismo internetowe 1 (21), 61-80.

Jasper, J. M. | Young, M. P. | Zuern, E. (2020), Public Characters: The Politics of Reputation and Blame. Oxford.

Kamińska, M. (2011), Niecne memy. Dwanaście wykładów o kulturze internetu. Poznań.

Kansteiner, W. (2014), Szukanie znaczeń w pamięci: metodologiczna krytyka pamięcioznawstwa, [w:] Kończal, K. (red.), (Kon)teksty pamięci. Antologia. Warszawa, 225-246.

Karpman, S. (1968), Fairy Tales and Script Drama Analysis, [in:] Transactional Analysis Bulletin 7 (26), 39-43.

Kiklewicz, A. (2012), Czwarte królestwo. Język a kontekst w dyskursach współczesności. Warszawa.

Kołowiecki, W. (2012), Memy internetowe jako nowy język internetu, [w:] Kultura i Historia 2, [w:] http://www. kulturaihistoria.umcs.lublin.pl/archives/3637 (accessed: 24.11.2021).

Kudlińska, H. (2014), Demotywator jako nowy gatunek dyskursu 2.0, [w:] Teksty Drugie 3: 111-139.

Meyer, J. C. (2000), Humor as a Double-Edged Sword: Four Functions of Humor in Communication, [in:] Communication Theory 10 (3, August), 310-331.

Naruszewicz-Duchlińska, A. (2017), Kilka refleksji na temat memów internetowych, [w:] Hofman, I. | Kępa-Figura, D. (red.), Gatunki w mediach elektronicznych, II. Lublin, 251-263.

Panova, Ye. | Shumakova, Ye. (2019), Pretsedentnost'v epokhu mul'timediynoy kommunikatsii, [in:] Przegląd Wschodnioeuropejski X/1, 357-369. [Панова, Е. | Шумакова, Е. (2019), Прецедентность в эпоху мультимедийной коммуникации, [in:] Przegląd Wschodnioeuropejski X/1, 357-369.]

Ryzhkov, K. L. (2021), Klassifikatsiya internet-memov v realiyakh 2021 goda, [in:] Kul'tura iiskusstvo 9, 18-28. [Рыжков, К. Л. (2021), Классификация интернет-мемов в реалиях 2021 года, [in:] Культура и искусство 9, 18-28.]

Saint Laurent de, C. | Glăveanu, V. P. | Literat, I. (2021), Internet Memes as Partial Stories: Identifying Political Narrativesin Coronavirus Memes, [in:] Social Media + Society January-March, 1-13.

Titulaer, R. (2020), Developing conceptions of humour: irony and Internet memes. Rotterdam. URL: http://hdl.handle.net/2105/52432 (accessed: 25.11.2021).

Wiggins, B. E. | Bowers, G. B. (2015), Memes as genre: A structurational analysis of the memescape, [in:] New Media & Society 17 (11), 1886-1906.

Wójcicka, M. (2019), Mem internetowy jako multimodalny gatunek pamięci zbiorowej. Lublin.