

Wojciech Otto

(Uniwersytet im. Adama Mickiewicza)

NEWS JAKO MEM
(NA PRZYKŁADZIE FANPAGE’U *SZTUCZNE FIOŁKI*)

Współczesna praktyka komunikacyjna uświadamia nam, że znajdujemy się w zmultiplikowanej rzeczywistości, której jedną z głównych cech jest produkowanie, przetwarzanie i odbieranie informacji.

News stanowi szczególny typ wiadomości, którego stałą i uniwersalną właściwością jest walor aktualności oraz to, że rozgrywa się między powiadającym a adresatem (adresatami) tu i teraz. Wszelkie wiadomości – w najrozmaitszych ich postaciach i odmianach funkcjonalnych – łączy to, iż pozostają one w ciągłej relacji z bieżącym tokiem zdarzeń rzeczywistych. Z punktu widzenia teorii komunikowania news jest ewoluującą historycznie, społecznie i kulturowo formą poinformowania o czymś, co się wydarza bądź właśnie zdarzyło i należy do przekazów użytkowych o wysoce zróżnicowanym przeznaczeniu, organizacji budowy, przypisaniu językowym i sposobach transmisji. Do charakterystycznych cech uformowania każdego komunikatu newsowego należą: obiektywizacja przekazu, jednoznaczność, skrótowość, hasłowość, syntetyczność, konkretność, sprawozdawczość i referencyjność, ale tylko dwie ostatnie – jak wynika z praktyki komunikacyjnej – mogą zostać uznane za obligatoryjne i konstytutywne dla poetyki gatunku¹.

Medium najbogatszym i najbardziej dynamicznym, jeśli chodzi o przekazywanie informacji, jest z pewnością Internet. Psychologia, socjologia, lingwistyka czy medioznawstwo badają się głównie pod względem potencjału informacyjno-komunikacyjnego oraz jej wpływu na współczesne społeczeństwo. Postaram się przyjrzeć Internetowi z nieco innej strony, przyjmując perspektywę memetyczną. Dzięki niej badanie procesów komunikacyjnych odślania zupełnie nowy wymiar, a memetyka staje się atrakcyjną formą gromadzenia i wymiany informacji pomiędzy uczestnikami cyberkultury.

Przyjęcie kierunku rozważań memetycznych w badaniu kultury – jak zauważa Adam Walkiewicz – nakazuje postrzegać ją jako efekt aktywności memów, czyli replikatorów, które odniosły sukces w procesie ewolucji kulturowej. Ich najistotniejszą właściwością jest droga transmisji znaków, rozprzestrzeniających się na zasadzie doboru memetycznego. Zagadnienie to można stosunkowo łatwo wytłumaczyć, powołując się na zasady ogólnej teorii replikatorów, skonstruowanej przez

¹ Do takich wniosków dochodzi Marek Hendrykowski w artykule: *Wstęp do poetyki newsów*, „Przeгляд Humanistyczny” 2015, nr 4.



Fot. 1



Fot. 2

Richarda Dawkinsa. W Internecie replikowane są najczęściej te memy, które charakteryzują się długowiecznością, płodnością oraz wiernością kopiowania².

Czym jednak jest sam mem, jak powstaje, jaka jest jego konstrukcja i w jaki sposób może funkcjonować w sieci? Odpowiedź na te pytania nie jest ani prosta, ani jednoznaczna. Magdalena Kamińska sięga do naukowych tradycji socjobiologii. W myśl jej założeń „mem” to neologizm mający źródłosłów w angielskim słowie *memory* (pamięć), ukuty na kształt językoznawczego pojęcia morfemu. Termin ten wprowadził do kulturowego obiegu Dawkins w wydanym w roku 1976 *Samolubnym genie* (*The Selfish Gene*), który zawiera wykładnię jednej ze współczesnych odmian neodarwinizmu. Mem ma w tym ujęciu stanowić hipotetyczną „jednostkę ewolucji kulturowej”, „kulturowy gen” samopowielający się, mutujący i replikujący w podporządkowaniu zasadom doboru naturalnego. To zbiór lub element idei kulturowych, symboli lub praktyk, które przenoszą się „z jednego umysłu do innego” przez język, gesty i rytuały, czyli przez semiozę rozumianą jako ewolucyjnie udoskonalona forma procedury naśladowania i zapamiętywania³.

Z kolei Jakub Kalina otwiera perspektywę antropologiczną. Jego zdaniem, mem to „najmniejszy nośnik informacji kulturowej, mówiąc prościej: słowo, symbol, gest czy jakieś zjawisko, przyswajane przez człowieka w procesie naśladownictwa”⁴. Zwraca ponadto uwagę na jego ścisłe związki z Internetem. Stwierdza: „Współczesne media, w szczególności Internet, okazały się doskonałym nośnikiem ich treści. W ten sposób pewne obrazki czy filmy – czasem wycięte z kontekstu i opatrzone charakterystycznymi podpisami – wpisały się w kulturę pokolenia jego użytkowników. Wykorzystane zostały jako narzędzie wyrażania emocji lub komentowania otaczającej rzeczywistości. Niektóre zabawne, niektóre żalosalne; mające skłaniać do refleksji lub stanowiące odpowiedź na znaczące wydarzenia – wszystkie stanowią swoisty fenomen kulturowy”⁵.

Termin „mem” wymaga w tym kontekście pewnego uściślenia. Odniesienie go do zjawisk związanych z kulturą Internetu powoduje zawężenie jego pola semantycznego, wyselekcjonowanie narzędzi „produkcji” i „reprodukcji” oraz jasne określenie dróg transmisji danych. Memem internetowym zatem – w jego najprostszym rozumieniu – możemy nazwać zdigitalizowaną jednostkę informacji (tekst, obraz, film, dźwięk) rozpowszechnioną drogą internetową, która zostaje skopiowana, przetworzona i w tej przetworzonej formie opublikowana w Internecie⁶.

Trafna wydaje się zatem teza, że to właśnie Internet, rozumiany jako globalna przestrzeń wirtualna, jest aktualnie najlepszą platformą rozpowszechniania i powielania tego typu przekazów przy użyciu dostępnych technologii komunikowania. Możliwości sieci w lokacji i prezentacji memów są praktycznie nieograniczone. Mogą one przyjmować formy: linku, materiału audio-video, obrazu/fotografii, całej strony internetowej, znacznika *hash*, frazy czy nawet pojedynczego słowa. Ruch i dynamika memów odbywa się typowymi dla komunikacji sieciowej kanała-

² A. Walkiewicz, *Czym są memy internetowe? Rozważania z perspektywy memetycznej*, „Teksty z Ulicy” 2012, nr 14 (http://www.memetyka.us.edu.pl/dokumenty/pliki/zm14_2012_Walkiewicz.pdf).

³ M. Kamińska, *Niechne memy. Dwanaście wykładów o kulturze Internetu*, Poznań 2011, s. 60.

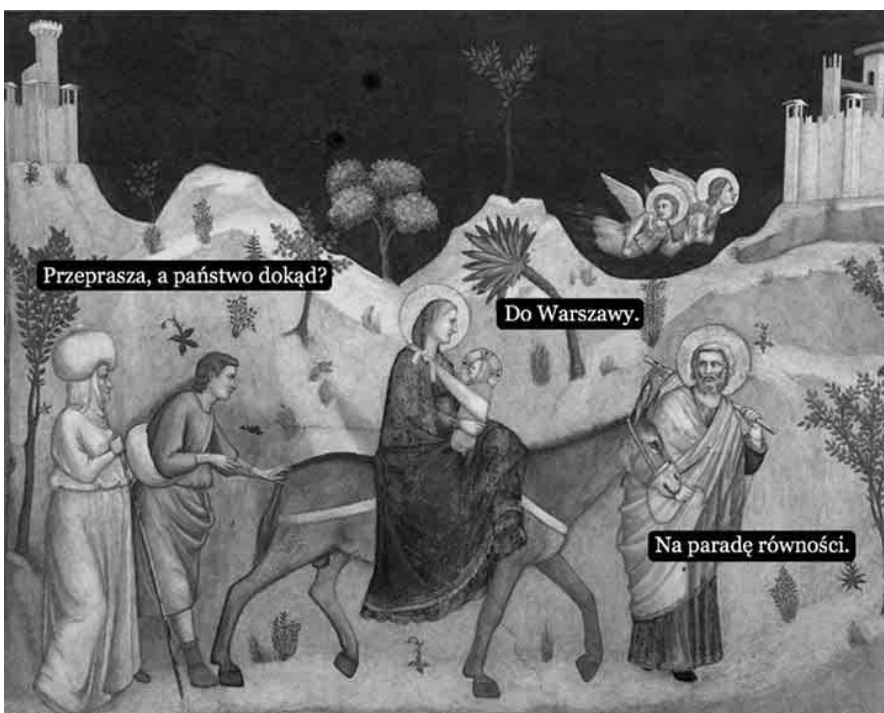
⁴ J. Kalina, *Co to jest memetyka?*, <http://tsiss.wordpress.com/2011/10/12/co-to-jest-memetyka/> (dostęp 30.07.2015).

⁵ Tamże.

⁶ W. Kołowiecki, *Memy internetowe jako nowy język Internetu*, „Kultura i Historia” 2012, nr 21.



Fot. 3



Fot. 4

mi, tj. poprzez platformy mediów społecznościowych, blogi, e-maile, komunikatory, serwisy informacyjne oraz wszelkie pozostałe usługi umożliwiające kontakt między internautami⁷. Najpopularniejsze memy powstają wskutek amatorskiej obróbki cyfrowych obrazów i tekstów w prostych programach graficznych (photoshops/shops), ponieważ niewielkie pliki graficzne łatwo jest zarówno tworzyć, jak i pobierać oraz przysyłać. Typowy mem składa się z przynajmniej dwóch elementów o charakterze znakowym, zapożyczonych ze znanych tekstów kultury popularnej lub internetowej – zrekontekstualizowanych, zmodyfikowanych, zdekomponowanych, uzupełnionych lub sfragmentaryzowanych, np. przez wymianę *backgroundu* lub *foregroundu* albo dodanie komentarza⁸.

Określenie „mem internetowy” jest potocznie używane przez internautów na oznaczenie popularnego semiotycznego kompleksu transmitowanego *via* ICT, najczęściej w funkcji żartu internetowego. Przez niektórych „cybermemetyków-amatorów” mem internetowy jest traktowany jako swoista metafora memu Dawkinowskiego, czyli hipotetycznej ewolucyjnej jednostki przekazu kulturowego.

Z powodu roli transmisji i transmitterów treści w ICT trzeba orzec, że kreowanie memu internetowego niekoniecznie polega na jego wytwarzaniu, lecz przede wszystkim na przekazywaniu sobie przez użytkowników za pośrednictwem technologii cyfrowej memu, czyli pliku lub linka, który odsyła do jakiegoś tekstu kultury: strony www, klipu wideo lub animacji, zawiera powiedzenie, żart, pogłoskę, niezwykłego newsa, kolaż lub oryginalny obraz graficzny czy fotograficzny. Niektóre z tych realizacji zyskują tak dużą popularność w danym środowisku, że znają je wszyscy jego użytkownicy, a wiele pośród nich zyskało nawet popularność globalną, przekraczając granice językowe, nadal dzielące sieć, i stając się częścią tzw. folkloru internetowego⁹.

Memy można więc określić jako stały i popularny element komunikowania w Internecie. Użytkownicy, dla których sieć jest nadrzędną sferą pracy i spędzania wolnego czasu, bardzo szybko uczą się identyfikacji tych kodów graficzno-tekstowych oraz bez problemu rozpoznają ich warianty i mutacje. Zaczynają także tworzyć własne wersje.

Z powyższych stwierdzeń wynika zatem, że podstawową funkcją memów internetowych jest przekazywanie bieżącej informacji i komentarza do niej w jak najbardziej atrakcyjnej formie, służącej zazwyczaj szeroko rozumianej rozrywce. W formie zapośredniczonej funkcjonuje zatem jako news – z jednej strony informuje odbiorcę o jakimś zdarzeniu lub zjawisku, z drugiej – wzbogaca ów przekaz o dodatkowe treści.

Nie mamy tu jednak do czynienia z prostym przełożeniem. Niektóre wymienione przeze mnie cechy newsów tylko częściowo korespondują z charakterystyką memów. News musi być konkretny, mem konkretny w takim rozumieniu już nie jest. To raczej forma felietonu, który również odnosi się do tego, co bieżące, ale zarazem jest przede wszystkim komentarzem. Podobnie rzecz ma się w przypadku kolejnej cechy – jednoznaczności. Jednoznaczność nie jest obligatoryjną cechą memów, na przykład na poziomie figuratywności języka są one w dużej mierze modelowane najczęściej przez ironię. Dyskurs konstruowany w przestrzeni publicznej przez memy „otwierany” jest często także przez hiperbolę.

⁷ M. Zaremba, *Memy internetowe (2010–2011)*, „Media i Społeczeństwo” 2012, nr 2.

⁸ M. Kamińska, *Niečne memy...*, s. 64.

⁹ Tamże, s. 63–64.



Fot. 5



Fot. 6

Jeśli spojrzymy na podobieństwa w poetyce newsów i memów, to zobaczymy, że różne funkcje komunikacyjne wpływają za każdym razem w sposób odmienny na realizowane cele komunikacyjne. News powiadamia, mem komentuje. Nie ulega jednak wątpliwości, że news jest wypreparowanym fragmentem rzeczywistości, podobnie jak mem. W przypadku memów mamy do czynienia z niezwykle interesującą intersemiotyczną grą między kodem językowym i kodem wizualnym, inaczej w przypadku newsów. Newsy na poziomie językowym i wizualnym mają wzmacniać przekonanie odbiorcy, że reprezentują ten sam obraz rzeczywistości.

Różnice dotyczą ponadto tzw. relacji komunikacyjnych. Z rozszczelnienia semantycznego między dymkiem komiksowym a kontekstem wizualnym, w przypadku memów, wyłania się dynamika ironii, czego nie sposób stwierdzić na przykładzie newsów. Używając języka Theo van Leeuwena z książki *Introducing Social Semiotics*, można powiedzieć, że korelacja między przekazem wizualnym i słownym w przypadku newsów jest korelacją potencjalną (ang. *potential*), a więc w pewien sposób naturalną i wzajemnie się warunkującą, a korelacja między przekazem słownym i wizualnym w przypadku omawianych memów jest korelacją narzucaną w afordancjach (ang. *affordance*), a więc możliwą dopiero na skutek ingerencji twórcy przekazu w przetwarzany tekst kultury¹⁰.

Mając w pamięci powyższe różnice i zastrzeżenia, można w generalnym ujęciu stwierdzić, że mem internetowy w jego podstawowych funkcjach – sprawozdawczej i referencyjnej – jest w pewnym sensie formą przekazu określanego jako news.

Znakomitym tego przykładem są wizualne zasoby niezwykle popularnego facebookowego fanpage'u *Sztuczne Fiolki*, którego autorzy wykorzystują w swoich memach znane dzieła sztuki malarskiej, dorysowując na nich komiksowe dymki. Wpisywane tam frazy tylko po części odnoszą się do tego, co przedstawia dany obraz, z reguły nawiązują bowiem do aktualnych wydarzeń społeczno-politycznych bądź kulturowo-obyczajowych. Obracając dawne dzieła w wizualny żart, twórcy tego typu memów pozwalają zobaczyć je w nowym, zaskakującym świetle. W przypadku części przetworzeń – jak zauważa Ewa Wójtowicz – można je potraktować jako przepisanie starych historii i obrazów na nowe media czy też swoiste ożywianie martwych mediów¹¹.

Stare obrazy zostają ożywione i zaczynają przemawiać współczesnym kolokwialnym językiem, niestroniącym od wulgaryzmów, a niekiedy odnoszą się do współczesnych wydarzeń lub do innych tekstów kultury. News zapośredniczony przez media (środki masowego przekazu) zostaje „twórczo” przetworzony poprzez zestawienie dzieła malarskiego ze słownym komentarzem (najczęściej w formie komiksowego dymka), wprowadzając tym samym nową jakość poznawczą i estetyczną.

Działania *Sztucznych Fiolków*, podobnie jak anonimowych autorów innych memów, czerpią sens z burzliwych interakcji między mediami i nie respektują zasad odpowiedniości. Pomysł jest dość prosty – dawne obrazy uzyskują komiksowe dymki, pojawiające się zaś w nich teksty w sposób zaskakujący adresata, niekiedy całkiem absurdalny, odnoszą się do tego, co jest przedstawione, a więc grają z obrazowością, ale zarazem mają najczęściej wymowę współczesną, odnosząc się zarówno do codzienności, jak i do współczesnych kontekstów społeczno-politycznych.

¹⁰ T. van Leeuwen, *Introducing Social Semiotics*, New York 2005.

¹¹ E. Wójtowicz, *Recykling martwych mediów*, „Kultura Współczesna” 2007, nr 2.



Fot. 7



Fot. 8

Jak zauważa Izabela Kowalczyk, to działanie wydaje się typowe dla kultury konwergencji¹², gdzie stare i nowe media wchodzą w coraz bardziej skomplikowane interakcje, te stare z kolei (jak dawne malarstwo) zaczynają żyć nowym życiem na przykład w Internecie. Autorzy *Sztucznych Fiołków* korzystają ze strategii remiksu czy recyklingu, powodując, że stare obrazy zyskują zupełnie nową, zaskakującą wymowę. To działanie ma wiele wspólnego z humorem Monty Pythona oraz z duchampowskim gestem domalowania wąsów Monie Lizie¹³. Wiele z prezentowanych na fanpage'u obrazów ma jednak wyraźnie doraźny charakter, odnosząc się do aktualnych wydarzeń politycznych, ekonomicznych, społecznych i kulturowych.

Memy internetowe mają przede wszystkim charakter rozrywkowy, gdyż taka jest dzisiaj natura zarówno Internetu, jak i całej kultury współczesnej. Jednakże, pomimo lekkiej formy, treści zawarte w cybermemach mogą poruszać istotne dla ponowoczesnego pokolenia kwestie, służąc krytyce, autokrytyce, dyskusjom światopoglądowym i podobnym aktywnościom. Tak wygląda dziś współczesna forma ekspresji poglądów – poprzez żart, anegdotę, chwytliwe hasło czy zabawną grafikę. Posługiwanie się przez użytkowników z całego świata wspólną i unikatową symboliką internetowych memów tworzy niespotykaną wcześniej platformę porozumienia¹⁴.



Fot. 9

¹² Zob. H. Jenkins, *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, przeł. M. Bernatowicz, M. Filiciak, Warszawa 2007.

¹³ I. Kowalczyk, *Obrazy w Internecie jak zombie*, <http://strasznasztuka.blox.pl/2012/11/Obrazy-w-internecie-jak-zombie.html> (dostęp 30.07.2015).

¹⁴ W. Kołowiecki, *Memy internetowe...*

Najbardziej popularne w sieci memy świadomościowe przyjmują dziś najczęściej postać hasła, obrazka lub filmu o różnorodnej treści – od wyśmiewania jakiegoś zjawiska, przez rolę motywującą, po wykorzystanie innej, już istniejącej treści w Internecie lub uosobienie jakichś wyobrażeń.

Pierwszej klasyfikacji memów internetowych dokonał na łamach czasopisma „Kultura i Historia” Wiktor Kołowiecki. Po wnikliwej analizie najbardziej popularnych memów internetowych wyodrębnił on trzy główne ich kategorie: szablonowe, komentujące oraz eksploatujące¹⁵.

Przyjęło się uważać, że pierwszymi memami szablonowymi były demotywatory. Ich fenomen, etiologię i budowę opisał Marcin Sieńko. Według niego demotywatory to po prostu połączenie obrazka bądź zdjęcia z komentującym jego zawartość podpisem. Ich forma nawiązywała początkowo do amerykańskich plakatów motywacyjnych, zdjęć mających zachęcać cały personel firmy do pracy. Demotywator z założenia miał osiągać efekt odwrotny – podpis pod obrazkiem w humorystyczny sposób przekazywał sarkastyczną bądź pesymistyczną wizję świata i służył jego krytyce¹⁶.



Fot. 10

Charakter zasobów fanpage’u *Sztuczne Fiolki*, którego specyfiką jest wykonywanie mniej lub bardziej znanych dzieł malarskich, powoduje, że ten typ memów internetowych polega na zabiegu rekodowania wiadomości. W tym przypadku aktywność użytkowników witryny ogranicza się zazwyczaj do wyselekcjonowania wśród setek obrazów jednego z nich, nadania mu wiodącego tematu oraz

¹⁵ Tamże.

¹⁶ M. Sieńko, *Demotywatory. Graficzne makra w komunikacji i kulturze*, w: *Komunikowanie (się) w mediach elektronicznych*, red. M. Filiciak, G. Ptaszek, Warszawa 2009, s. 135.

określenia narracyjnej struktury, którą z powodzeniem będzie można powielać w kolejnych wariantach. Znakomitym tego przykładem jest chociażby obraz Wiktora Michajłowicza Wasniecowa (fot. 1 i fot. 2), funkcjonujący na fanpage'u jako komentarz do aktualnych zdarzeń i zjawisk z obszaru rodzimej gospodarki i finansów. Na płótnie wklejono komiksowy dymek zawierający słowa wypowiedziane przez psa w kierunku przechodzących obok niego ludzi, w pierwszej realizacji: „A mówiłem wam, powtarzałem, błagałem, nie inwestujcie w Amber Gold! Ale gdzie tam, nikt nie słuchał mopsa”; w drugiej: „A mówiłem wam, powtarzałem, błagałem, nie wierzcie bankierom, nie bierzcie kredytu we frankach! Ale gdzie tam! Nikt nie słuchał mopsa”. Co istotne, bohaterowie obrazu wyglądają na osoby bardzo ubogie, a ich niski status majątkowy, jak sugeruje autor memu, jest wynikiem pochopnych i nieodpowiedzialnych decyzji finansowych.

Takie opracowanie memu w wersji przetworzonej informuje o bieżących wydarzeniach zajmujących aktualnie opinię publiczną: tzw. afera Amber Gold i wznoszący kurs franka szwajcarskiego, czyli jest swego rodzaju źródłem newsa, ale jednocześnie stanowi pewien rodzaj komentarza do pozawirtualnej rzeczywistości i – dzięki zabiegom antropomorfizacji – wywołuje efekt komiczny.

Warto posłużyć się jeszcze jednym przykładem. „Szablonowy” charakter zdradzają również memy powstałe na bazie obrazu średniowiecznego włoskiego malarza Giotta di Bondone, znanego z wotywniej tematyki swoich dzieł, zatytułowanego *Podróż do Egiptu* (fot. 3). Bohaterami obrazu są: Maryja i Józef z Dzieciątkiem w towarzystwie dwóch kroczących za nimi postaci, które nawiązują z nimi dialog rozpisany w komiksowych dymkach. W jednej wersji memu Maryję i Józefa z Jezusem określono jako uchodźców, w innej jako uczestników parady równości (fot. 4), w jeszcze innej jako osoby, które wzięły udział w zabiegu zapłodnienia metodą *in vitro*. Tym, co łączy poszczególne trawestacje tego memu, jest tematyka społeczna. Ich autorzy komentują krytycznie negatywny stosunek Polaków do imigrantów, homoseksualistów i dzieci poczętych metodą *in vitro*. Poruszają tym samym drażliwe i aktualne problemy społeczne, wyrażając niezadowolony wobec tego rodzaju postaw i opinii.

Drugą kategorią memów wyróżnionych przez Kołowieckiego są memy komentujące. Grupa ta funkcjonuje jako swoisty rodzaj komentarza bądź pointy, zazwyczaj do zdjęcia lub też serii obrazków, rzadziej do samych tekstów. To coś na kształt *rage comics*¹⁷, jednak w mniej szablonowej formie, ponieważ występują one indywidualnie i są niepowtarzalne. Memem-komentarzem często są też rysunki twarzy, wyrażające jakieś emocje, doklejone pod spodem danego zdjęcia lub na nim samym. Część twarzy występuje równocześnie jako *rage comics*, są też jednak i takie, które pozostają unikatowe tylko dla tej kategorii¹⁸.

Reprezentacje tej kategorii memów, w czystej formie, praktycznie nie istnieją na fanpage'u *Sztuczne Fiolki*. Kategorią zdecydowanie częściej wykorzystywaną przez internautów jest ostatnia z wyróżnionych przez Kołowieckiego – memy eksploatujące.

¹⁷ *Rage comics* to rodzaj memów szablonowych wyrażających niezadowolony lub wściekłość, zbudowanych na zasadzie bezpośredniego zwrócenia się do przedmiotu będącego powodem niezadowolony.

¹⁸ W. Kołowiecki, *Memy internetowe...*



Fot. 11

To zarazem największa, ale jednocześnie najbardziej niespójna grupa. W jej skład wchodzi wszelkie inne formy cybermemów, które nie dają się klasyfikować na zasadzie dwóch wcześniejszych. Jak podaje autor prezentowanej typologii, memy eksploatujące występują najczęściej w postaci zdjęć, wideo lub haseł i charakteryzują się brakiem konkretnego przekazu. Mogą one egzystować w sieci, pasożytując na memach szablonowych i komentujących bądź jako fotomontaż z innymi zdjęciami czy też przez tworzenie pustych semantycznie, ale zabawnych lingwistycznie połączeń, szczególnie w przypadku różnych internetowych powiedzonek. Memy te eksploatują dany materiał, nie niosąc ze sobą tak naprawdę żadnej innej treści oprócz beztroskiej ekspresji materiału jako całości – w postaci parodii, pastiszu, przeróbki – lub różnych ich fragmentów¹⁹. Mogą one komentować siebie nawzajem i tworzyć tym samym swoiste metamemy, zawsze są w jakimś stopniu kontekstualne. Odnoszą się wprost i bardzo silnie do aktualnych wydarzeń społeczno-politycznych (na przykład liczne memy z prezydentem Obamą), kulturalno-rozrywkowych (memy wykorzystujące kadry z seriali i filmów, znanych celebrytów, kultowych bohaterów), a także zasłyszanych i popularnych w sieci wydarzeń z życia codziennego²⁰.

Najbardziej pojemnym i reprezentatywnym dla rozważań o newsowym charakterze części memów zamieszczonych na fanpage'u *Sztuczne Fiołki* wydaje się ostatni aspekt, wskazujący na ich kontekstualność, czyli relację ze światem realnym, którym rządzi zapośredniczona przez media informacja (*breaking news*, wiadomość agencyjna, plotka etc.).

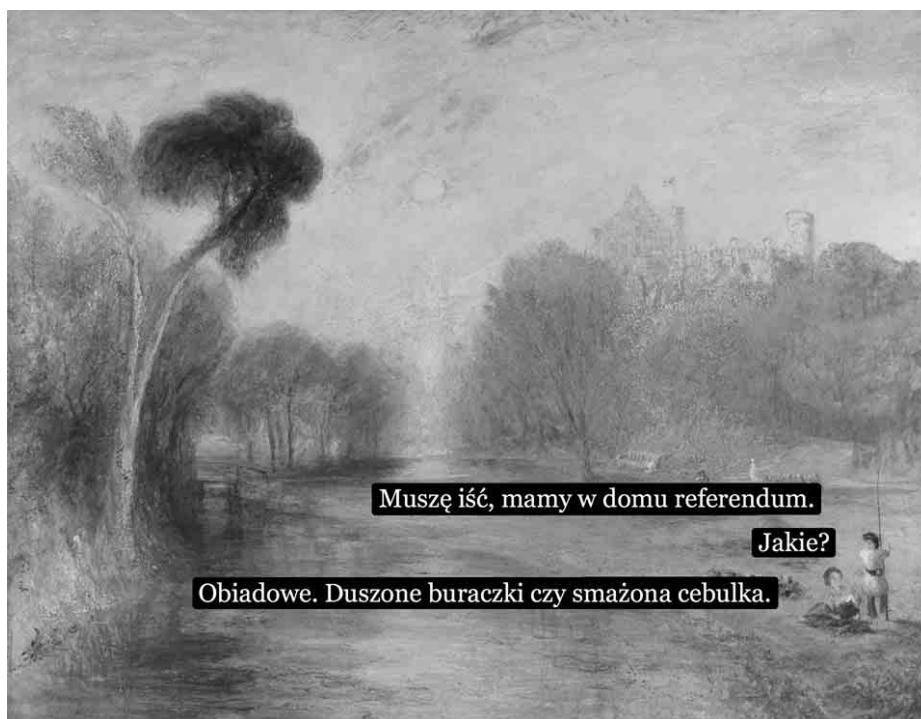
„Fiołkowi” autorzy memów traktują bieżące wydarzenia niezwykle pretekstowo. Stanowią one dla nich zaledwie punkt wyjścia do przekazania odbiorcy jakiegoś szerszego czy ogólniejszego komunikatu dotyczącego aktualnych wydarzeń z kraju lub zagranicy. Jest również okazją do wyrażania subiektywnych opinii, zazwyczaj krytycznych i niekoniecznie bezpośrednio związanych z danym wydarzeniem, na rozmaite tematy, które na zasadzie luźnego skojarzenia rodzą

¹⁹ Tamże.

²⁰ A. Walkiewicz, *Czym są memy internetowe?*...



Fot. 12



Fot. 13

się w głowie nadawcy, czyli twórcy określonego memu. Może to być na przykład zabawny komentarz do aktywności polityków podczas kampanii wyborczej (fot. 5), sukcesów sportowców (Giovanni Batista Cima – fot. 6) i porażek decydentów władzy (fot. 7). Ale może być to również pogłębiona refleksja na temat ksenofobii i nietolerancji wywołana doniesieniami medialnymi o fali imigrantów z Afryki (George Grosz – fot. 8, David Teniers mł. – fot. 9) bądź aluzja do aktualnych wydarzeń politycznych, np. wyborów prezydenckich (Pierre Bonnard – fot. 10, James Ward – fot. 11) czy referendum ogólnopaństwowego, które zapamiętano głównie z powodu niskiej frekwencji (Oscar Claude Monet – fot. 12, Joseph Mallord William Turner – fot. 13).

Tym, co łączy wszystkie te realizacje, jest niewątpliwie struktura samego memu oraz jego status jako źródła informacji służącego propagowaniu własnych poglądów. W tym znaczeniu memy internetowe stają się w pełni uprawnionym sposobem komunikowania absurdów rzeczywistości. Ich główną cechą jest prostota: krótki sugestywny przekaz, humor – często groteskowy, absurd, ironia, hasłowość, korzystanie ze schematów zrozumiałych dla wielu odbiorców, przedstawienie rzeczywistości w krzywym zwierciadle bądź przez wyolbrzymienie wybranych cech. To najlepsza i najpopularniejsza metoda szybkiego komentowania bieżących wydarzeń – memy mają jak najbardziej trafnie uchwycić rzeczywistość przy wykorzystaniu możliwie małej ilości środków. Są głosem społeczności Internetu, ale również narzędziem porozumiewania się i wymiany poglądów, gdyż wiele z nich przenika z wirtualnego świata do codziennego życia, aranżując spotkania towarzyskie i wzbogacając bogactwo uzusu językowego.

NEWS AS A MEME (ON THE EXAMPLE OF FANPAGE *ARTIFICIAL VIOLETS*)

Summary

The primary function of the Internet memes is to deliver current information together with comments in the most attractive form, usually serving the broadly defined entertainment. Indirectly they function as news – on the one hand they inform the recipient of some event or phenomenon, on the other hand they enrich the message with additional content. The examples of memes are visual resources of Facebook fanpage – *Artificial Violets*, whose authors use known paintings in their posts, adding to them speech bubbles, which generally relate to current socio-political or cultural and social events. Memes of this kind are to capture reality as accurately as possible using possibly a small number of devices, presenting a grotesque view of the reality, or exaggerating some features. They are the voice of the Internet community, but also a tool for communication and exchange of views, since many of them permeate everyday life from the virtual world.

Trans. Izabela Ślusarek