



ARTYKUŁY I KOMUNIKATY

Jolanta Kokoszka


Studentka III₃ informacji w instytucjach e-społeczeństwa

Koło Naukowe Infologów

Instytut Nauk o Kulturze

Uniwersytet Śląski w Katowicach

e-mail: j.a.kokoszka@o2.pl

 <https://orcid.org/0000-0001-7390-5992>

Mem – specjalne medium informacyjne Stan badań polskiego piśmiennictwa m.in. w dziedzinie nauk o kulturze i religii*

Abstrakt: W artykule przedstawiono stan badań dotyczących zjawiska memu oraz memu internetowego w obszarze nauk o kulturze i religii, a także historii, językoznawstwa, literaturoznawstwa i kulturoznawstwa¹. Przeanalizowano treść publikacji, by wskazać, w jaki sposób polscy badacze postrzegają pojęcie memu i memu internetowego oraz jakie cechy i funkcje im przypisują. Uwzględniono opracowania opublikowane w latach 2000–2019, na podstawie danych w katalogach NUKAT i Biblioteki Narodowej w Warszawie oraz wyszukiwarce naukowej Google Scholar.

Słowa kluczowe: Kultura i sztuka. Mem. Mem internetowy

Brytyjski zoolog, etolog, ewolucjonista i publicysta Richard Dawkins w latach siedemdziesiątych XX w. w publikacji pt. *The Selfish*

* Artykuł powstał na podstawie pracy licencjackiej pt. *Memy internetowe jako środek promocji dzieł sztuki. Analiza i recepcja*, napisanej pod kierunkiem dr hab. Agnieszki Gołdy, prof. UŚ.

¹ Rozporządzenie Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego z dnia 20 września 2018 r. w sprawie dziedzin nauki i dyscyplin naukowych oraz dyscyplin artystycznych poskutkowało zmianą nazewnictwa dyscyplin oraz dziedzin naukowych. W związku z tym z listy dyscyplin zniknęło m.in. kulturoznawstwo, po zmianach wchodzące w skład nauk o kulturze i religii (*Nowa klasyfikacja dziedzin nauki i dyscyplin naukowych oraz dyscyplin artystycznych*, 2019).

Gene (Oxford, 1976; wyd. pol. *Samolubny gen*, Warszawa, 1996) opisał nowy przykład replikatora (w niektórych ujęciach teorii ewolucji to samopowielająca się struktura, dążąca do osiągnięcia jak największej liczby własnych kopii) (*Replikator*, 2018), którym jest mem. Powstał on w procesie ewolucji kulturowej będącej nieodłącznym elementem ewolucji biologicznej. Do opisu nowo opracowanego replikatora biolog potrzebował terminu pasującego do przekazu kulturowego, a także odzwierciedlającego znaczenie i funkcję nowego replikatora.

Tym, czym nowy replikator miał się wyróżniać, było naśladownictwo. R. Dawkins stwierdził także, że do opisu nowego zjawiska: „Pasowałyby [...] słowo »mimem« [*mimesis* – gr. naśladownictwo – J.K.], gdyż wywodzi się z odpowiedniego greckiego rdzenia. Mnie jednak potrzebne jest słowo jednosylabowe, które choć trochę przypominałoby słowo »gen«” (Dawkins, 1996, s. 266). W wyniku połączenia wymienionych słów powstał nowy termin – mem. Dodatkowe skojarzenia miały nieść słowa: angielskie *memory* (pamięć) i francuskie *même* (taki sam) (Dawkins, 1996, s. 266). W ogólnym zamyśle brytyjskiego naukowca memami są m.in. „melodie, idee, obiegowe zwroty, fasony ubrań, sposoby lepienia garnków lub budowania łuków” (Dawkins, 1996, s. 266). Tak jak organizmy żywe przekazują sobie wzajemnie geny, tak dostarczane w różnej formie memy docierają do odbiorcy i są przesyłane dalej z wykorzystaniem tej samej zasady – zasady naśladownictwa.

R. Dawkins, tworząc słowo „mem”, zapoczątkował nowy nurt w nauce, a mianowicie memetykę. Memetyka bada zjawisko memów, czyli ich replikację, rozwój w czasie oraz rozpowszechnianie wśród użytkowników z perspektywy teoretycznej i empirycznej. Dodatkowo nauka ta uznawana jest za „paradygmat ewolucji kulturowej [zakładający – J.K.], że tak jak w ewolucji biologicznej jednostką doboru jest gen, tak w ewolucji kulturowej jednostką doboru jest mem, czyli najmniejsza jednostka informacji kulturowej” (*Memetyka*, 2019).

Na drodze ewolucji oraz w wyniku rozwoju internetu pojęcie memu nabrało nowego znaczenia. Powstał jego nowy gatunek, a mianowicie mem internetowy: „Mem internetowy to gatunek wypowiedzi internetowej, komunikat obrazkowy zbudowany w oparciu o schemat konstrukcyjny wykorzystujący skonwencjonalizowane elementy związane z kulturą i historią Internetu” (*Mem internetowy*, 2019). Aktualnie słowo „mem” kojarzy się bardziej z obrazkiem opatrzonym zabawnym tekstem w celu sparodiowania jakiejś postaci lub wydarzenia. Autorem memów internetowych w dobie sieci Web 2.0 może zostać każdy jej użytkownik. Każdy może samodzielnie przerobić zdjęcie, zamieścić je w portalu

społecznościowym lub blogu². W ten sposób nadaje memowi „nowe życie” i udostępniając go innym użytkownikom, rozpoczyna kolejny etap rozprzestrzeniania się zjawiska.

Memy internetowe stały się ogólnodostępnymi i niezwykle popularnymi elementami kultury. Są obecne głównie w sieci, coraz częściej zamieszcza się je też w książkach i prasie. Ponadto zostały dostrzeżone przez reklamodawców, polityków i działaczy społecznych. Ich siła oddziaływania na ludzi jest tak duża, że wiele firm w dzisiejszych czasach sięga po nie w celach reklamowych³. Politycy w trakcie kampanii wyborczych posługują się chwytliwymi hasłami, wykorzystywanymi uprzednio przez internautów w popularnych memach. Również instytucje, by przyciągnąć uwagę ludzi, używają memów, choć nie zawsze trafnie. W 2011 r. jedno z myślowickich przedszkoli wykorzystało wizerunek Pedobeara⁴, teoretycznie przyjaznego misia, niestety, przez internautów kojarzonego z pedofilią. Pedobear został też maskotką zimowych igrzysk w Vancouver w 2010 r. Obecnie można bez wątplenia stwierdzić, że „nieznajomość memów szkodzi” (Zaremba, 2012, s. 73),

² W internecie panuje wolność słowa i publikacji treści, a każdy użytkownik internetu może zostać twórcą. Takie było założenie, aby internet rozprzestrzeniał się i rozbudowywał dzięki jego użytkownikom. W 2012 r. została wprowadzona ustawa Anti-Counterfeiting Trade Agreement, powszechnie znana jako ACTA, mająca chronić prawa do własności intelektualnej użytkowników. Ustawa ta wzbudziła wiele kontrowersji i spotkała się z ogromnym sprzeciwem ludzi na całym świecie. W 2019 r. została ponownie przyjęta jako ACTA 2, z uwzględnieniem poprawek wprowadzonych przez Parlament Europejski. W aktualnie obowiązującej wersji autorzy publikujący treści na blogach lub stronach internetowych są zobowiązani do podpisywania umów pozwalających na użycie choćby krótkiego tekstu nie swojego autorstwa oraz do płacenia za publikowanie linków odnoszących do innych stron na swoich blogach. Losy memów internetowych oraz innych tego typu utworów są w tym momencie nieznane, ponieważ nie wiadomo, jak ACTA 2 wpłynie na treści publikowane w sieci (*Koniec memów w sieci? Oto, do czego może doprowadzić nowe unijne prawo*, 2018).

³ W 2011 r. sieć hipermarketów Tesco stworzyła reklamę na podstawie popularnego filmu na portalu Youtube. W filmie tym główną postacią jest ks. Piotr Natanek, podczas jednego ze swoich kazań wypowiadający słowa: „Wiedz, że coś się dzieje”. Postać w reklamie Tesco również używała tego zwrotu. Reklama nie została ostatecznie wyemitowana w telewizji. W 2017 r. popularny stał się San Escobar – nazwa nieistniejącego państwa powstała wskutek pomyłki ministra spraw zagranicznych w trakcie wywiadu. San Escobar zyskał ogromną popularność, internauci utworzyli dla niego m.in. flagę, mapę i hymn. Firma Pizza Hut postanowiła wykorzystać motyw San Escobar w jednej z reklam swojej pizzy (*Czym jest meme-marketing?*, 2017).

⁴ Pedobear to maskotka z kreskówek, która stała się ikoną używaną na portalu 4chan do sygnalizowania moderatorom i użytkownikom, że zamieszczono nielegalne treści pornograficzne. Ze względu na powszechny charakter tego zastosowania Pedobear jest często interpretowany jako symbol pedofilii, szczególnie w mediach informacyjnych i przez organy ścigania (*Pedobear*, 2009).

ponieważ brak wiedzy na temat tego, co znajdziemy w internecie, może skutkować nieporozumieniem.

Zjawisko memów jest powszechnie znane wśród użytkowników sieci, którzy być może nie zetknęli się z oficjalną definicją tego pojęcia, aczkolwiek potrafią własnymi słowami określić, czym ono jest. Memy stanowią także temat publikacji naukowych. Od czasu utworzenia definicji memu – replikatora bądź jednostki naśladownictwa – minęło już ponad 40 lat. Pojęcie to nadal ewoluuje, dlatego właśnie stanowi temat analiz wielu badaczy reprezentujących różne dziedziny nauki. W Polsce to nowoczesne internetowe zjawisko badają głównie naukowcy z dziedzin nauk humanistycznych i społecznych. Rozpatrują je w perspektywie językoznawczej, literaturoznawczej, kulturoznawczej, socjologicznej i komunikologicznej. Stąd celem niniejszego opracowania uczyniono próbę odpowiedzi na pytania, jakie badania memów internetowych były opisywane w polskich publikacjach naukowych w ubiegłych latach, kto pisze o memach jako o zjawisku kulturowym oraz jak interpretuje się memy w ujęciu kulturoznawczym. W tym celu przestudiowano podstawowe źródła informacji w postaci katalogów: NUKAT, Biblioteki Narodowej w Warszawie i wyszukiwarki naukowej Google Scholar, ograniczając obszar wyszukiwania do nauk o kulturze i religii (wcześniej kulturoznawstwo⁵). W trakcie analizy katalogów użyto następujących haseł wyszukiwawczych: „mem”, „memy” oraz „memy internetowe”. Następnie wyniki zawężono do przedziału czasowego 2000–2019⁶ oraz do polskiego języka publikacji. I tak w katalogu Biblioteki Narodowej odnaleziono 1809 publikacji dotyczących memów. Zgodnie z przyjętą na potrzeby artykułu kulturoznawczą perspektywą badawczą dodano filtr dziedziny „Kultura i sztuka”⁷, co spowodowało, że liczba odpowiedzi zmniejszyła się do 56. W katalogu NUKAT dzięki kwerendzie odszukano opisy 23 publikacji, a po zawężeniu wyników – 21 opisów. W wyszukiwarce Google Scholar znajduje się z kolei 6870 opisów dotyczących memów, a po zawężeniu do terminu „memy internetowe” liczba wyników zmniejszyła się do 1420. Gdy zastosowano wspomniane kategorie ograniczające, pojawiło się 1010 wyników w postaci tekstów

⁵ Przed wprowadzeniem Rozporządzenia Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego z dnia 20 września 2018 r. w sprawie dziedzin nauki i dyscyplin naukowych oraz dyscyplin artystycznych podział dziedzin i dyscyplin nauki był inny (*Nowa klasyfikacja dziedzin nauki i dyscyplin naukowych oraz dyscyplin artystycznych*, 2019).

⁶ Wybór takiego przedziału czasowego był podyktowany tym, że jest to okres największego rozwoju memów internetowych.

⁷ Powodem zastosowania filtra wyszukiwawczego „Kultura i sztuka” jest przynależność badacza do Instytutu Nauk o Kulturze, w którym została podjęta próba analizy zjawiska.

dostępnych w internecie oraz cytowań⁸. Po dokładnym przeglądzie wyników znalezionych w wyszukiwarce oraz wyselekcjonowaniu spośród nich publikacji z dziedziny nauk o kulturze i religii udało się wytypować 26 opisów bibliograficznych mieszczących się tematycznie w kategorii „Kultura i sztuka”.

W kolejnej części badania dokonano dokładnej analizy treści publikacji i wyboru tych, które opisują zjawisko memów z perspektywy nauk o kulturze i religii. Wśród tekstów znalazły się i takie, które można przypisać do innych dyscyplin w obrębie nauk humanistycznych: językoznawstwa, literaturoznawstwa i historii.

Nauki o kulturze i religii

Badacze reprezentujący nauki o kulturze i religii w swoich pracach skupili się przede wszystkim na problemie przedstawienia memów jako tekstów kultury. W polskim piśmiennictwie pierwsze wzmianki na temat memów pojawiły się w 2011 r. Magdalena Kamińska w książce pt. *Niečne memy: dwanaście wykładów o kulturze internetu* (Poznań, 2011) zanalizowała pojęcie cyberkultury, czyli kultury tworzonej w sieci internetowej przez użytkowników. Autorka próbowała ustalić, w jaki sposób kształtuje się nowe środowisko kulturalne w sieci, jak zmieniają się trendy memów w sieci oraz jaki wpływ na użytkowników mają treści zamieszczone na portalach internetowych. Tematem swych rozważań uczyniła również język internetowy stosowany w memach oraz replikację memów w sieci. Podobną problematykę podjęła także w publikacji *Memosfera: wprowadzenie do cyberkulturoznawstwa* (Poznań, 2017), koncentrując się na *internet studies* i na rozwoju cyberkulturoznawstwa oraz wskazując potrzebę podjęcia badań w dziedzinie „internetoznawstwa” na polskim gruncie.

Ogólne zagadnienia memów jako tekstów kultury przedstawiła Magdalena Wołoszyn w publikacji *Czy memy są tekstami kultury?* (2019, s. 49–70). Na podstawie cech kultury, takich jak dobro zbiorowe, zdolne do rozprzestrzeniania się i rozwoju, efekt powtarzalności określonych zachowań wewnętrznych i zewnętrznych członków społeczeństwa, nośnik pewnych idei, stwierdziła, że „memy internetowe zasługują na miano współczesnego tekstu kultury, ponieważ wnoszą do kultury element nowości i niejednokrotnie są próbą połączenia tradycji z nowoczesnością i rodzajem dialogu pokoleń” (Wołoszyn, 2019, s. 21). Memy traktowane

⁸ W wielu przypadkach wyniki powielały się w katalogach.

jako nośniki pamięci zbiorowej to temat artykułu Marty Wójcickiej (*Memy internetowe jako nośniki pamięci zbiorowej*, 2018, s. 159–172). Badaczka postawiła pytanie, czy memy, które cechuje aktualność treści i emocjonalność, mogą być nośnikami pamięci zbiorowej komunikatywnej bądź kulturowej. Na podstawie kryteriów ustalonych przez Jana Assmanna: mem – treść, mem – formy, mem – media, mem – struktura oraz mem – nosiciele, wysunęła wniosek, że mem funkcjonuje pomiędzy pamięcią komunikatywną i kulturową, a więc jest nośnikiem pamięci międzykulturowej.

W publikacji Stanisława Masłowskiego pt. *Kłątwa jako wirus umysłu* (2013, s. 249–268) można odnaleźć odwołania do książki Richarda Brodiego pt. *Wirus umysłu* (Łódź, 1997), w której opisane zostało zjawisko memetyki oraz rozprzestrzenianie się memów w kulturze. S. Masłowski porównał wirusowy rozwój memów do kławy, która może dotyczyć wszystkiego i wszystkich. Uniwersalny charakter replikatorów oraz przenikanie się ich struktur zbadła także Iwona Burkacka w tekście pt. *Intertekstualność współczesnej komunikacji: memy a teksty kultury* (2016, s. 75–91). Autorka opisała różne formy memów i sposoby ich łączenia na podstawie doświadczeń użytkowników internetu. Podkreśliła, że intertekstualność memów można rozpatrywać na wielu poziomach, m.in. pochodzenia danego memu, poprawności gatunkowej, odwołań do istniejących szablonów lub cyklicznie pojawiających się memów, „indywidualnych skojarzeń i doświadczeń”, rodzaju tekstu kultury, do którego odwołuje się autor. Można również uwzględnić aspekt językowy, różną odmianę słów, dialekty (Burkacka, 2016, s. 90).

Wiktor Kołowiecki i Adam Walkiewicz podjęli próbę zdefiniowania pojęcia memu internetowego, opisali jego genezę i określili typologię. W. Kołowiecki w tekście pt. *Memy internetowe jako nowy język internetu* (2012) wyodrębnił i scharakteryzował trzy podstawowe rodzaje memów: szablonowe, komentujące i eksploatujące. Tę typologię przejął A. Walkiewicz w artykule *Czym są memy internetowe? Rozważania z perspektywy memetycznej* (2012, s. 49–70).

Zagadnienia typologiczne stanowią temat artykułu Katarzyny Marak pt. *Memy internetowe: informacja i transformacja w sieci* (2013, s. 133–165). Autorka przeanalizowała różnego rodzaju wytwory kultury, m.in. memy Advice Animals⁹, image macro¹⁰, filmy będące parodią

⁹ Advice Animals to rodzaj memu przedstawiającego zdjęcia zwierzęcia lub człowieka na środku obrazu, wraz z cytatami typowymi dla stereotypu lub charakteru akcji oraz z kolorowym tłem (*Advice Animals*, 2019).

¹⁰ Image macro (makro obrazkowe) to skonwencjonalizowane kompozycje uszczegółowione o warstwę tekstową, zawierające powtarzające się elementy graficzne.

popularnych piosenek, scen filmowych, gier przeglądarkowych. W podsumowaniu K. Marak stwierdziła, że otaczające nas memy są częścią kultury popularnej, ale również osobną warstwą cyberkultury, która skupia się na samej sobie. Są formą wyrażania cyberprzestrzeni i cyberkultury (Marak, 2013, s. 164).

Spora grupa badaczy tematem rozważań uczyniła bohaterów memów – fikcyjnych lub rzeczywistych. Na przykład w publikacji Jakuba Nowaka pt. *Pepe na polskich drózkach: o memach i ich kulturowych migracjach* (2018, s. 141–158) został opisany Pepe the Frog z komiksu Matta Furiego. Ten żabi bohater ze względu na swoją mimikę i niedoskonałość był wykorzystywany w memach. Autor uznał, że: „Na poziomie dyskursywnym owe drogi, którymi idzie Pepe, są z reguły bardziej aksjologicznymi i estetycznymi trawersami niż trzymaniem się najpopularniejszych kulturowych ścieżek: poprzez znaczenie wpisane w estetykę internetowego memu postać Pepe stanowi uosobienie »zwykłego« użytkownika Internetu [...]» (Nowak, 2018, s. 156). Krzysztof Piskorz w artykule pt. *Internetowe memy – hieroglify XXI wieku* (2013, s. 227–237) omówił sposoby rozpowszechniania memów na podstawie agregatorów treści. Dokonał analizy najpopularniejszych rodzajów memów, m.in. Rage Guy¹¹, Trollface¹², Not Bad¹³ oraz memów z kategorii Advice Animals. Graficzne formy memów i przedstawiane w nich postacie scharakteryzowała też Joanna Pastuszka-Roczek w publikacji pt. *Elektroniczne rysunki na ścianie – rola obrazkowych memów internetowych w procesie komunikacji i socjalizacji: analiza treściowa wybranych polskich portali rozrywkowych* (2014, s. 141–163). Jak wskazała badaczka, rolą memów obrazkowych jest przekazywanie emocji, odzwierciedlenie stanu autora lub postaci znajdującej się na obrazku,

Definicja „image macro” powstała w 2004 r. i określa sposób, w jaki można dodawać tego typu memy na forach internetowych. Genezę image macro znaleźć można na forum Something Awful – po wpisaniu określonych komend tekstowych użytkownik mógł umieścić obrazek w danym momencie odzwierciedlający jego reakcję na wątek poruszany na forum lub nawiązujący do początku dyskusji (*Rozwój komunikacji obrazkowej*, 2020).

¹¹ Rage Guy to główny bohater komiksów zazwyczaj składających się z czterech paneli i przedstawiających sytuacje, które mogą wywołać wściekłość i irytację, w wyniku czego krzyczy on z gniewu. Ze względu na swoją prostotę komiksy te zyskały popularność, przekształcając się w komiksową serię „Rage Comics” (*Rage Guy*, 2009).

¹² Trollface to postać o przewrotnym uśmiechu, obrazująca trolla internetowego. Występuje w komiksach z serii „Rage Comics”, służy też do identyfikowania uczestnika w dyskusjach online (*Trollface*, 2009).

¹³ Obama Rage Face (znana również jako Not Bad Face) to mem, w którym wykorzystano fotografię prasową Baracka Obamy z jego oficjalnej wizyty w Wielkiej Brytanii w maju 2011 r. („Not Bad”, 2011).

np. Rage Guy, Forever Alone¹⁴, Me Gusta¹⁵, Cereal Guy¹⁶. Autorka opisała również grupę memów obrazkowych określanych jako LOLkoty, przedstawiających koty w zabawnych sytuacjach, używające *LOLspeak*, czyli łamanej angielszczyzny. Autorka zwróciła też uwagę na wspomnianego wcześniej Pedobeara, który początkowo był używany w celu zapobiegania nieodpowiednim treściom, natomiast później zaczęto go utożsamiać z pedofilią. Ponadto J. Pastuszka-Roczek zaprezentowała memy dotyczące fragmentów filmów, seriali, sitcomów, zanalizowała demotywatory z konkretnymi postaciami, wyśmiewanymi w memach (np. postać Hanki Mostowiak z popularnego serialu telewizyjnego *M jak miłość* emitowanego na antenie TVP2). Do zjawiska demotywatów¹⁷ nawiązała Agnieszka Śliz w artykule *Demotywtator – emblemat kultury uczestnictwa? (wokół problemów definicyjnych memów oraz memów internetowych)* (2014, s. 151–165). Autorka stwierdziła, że w ostatnich latach demotywtator zyskał miano nowego „gatunku” memów.

Katarzyna Brzoza w artykule *Kobieta w internetowych memach obrazkowych na wybranych przykładach* (2016, s. 148–164) omówiła temat „kobięcych” memów z perspektywy *women’s studies* oraz *gender studies*. Memy tego typu ukazują kobietę stereotypowo, np. jako sprzątającą albo pracującą w domu, prześmiewczo – jako „silną i niezależną”; są też memy neutralne, zawierające teksty motywacyjne, oraz memy o pozytywnym znaczeniu. Inne dotyczą relacji damsko-męskich, zainteresowania płcią przeciwną, życia w małżeństwie i sytuacji domowych. Częstym tematem jest religijność kobiet, głównie muzułmanek. Ewa Krawiecka w pracy *Jan Paweł II w świecie memów – raczej niekulturalnie: przyczynek do dyskusji nad memetyczną i hermeneutyczną wizją kultury* (2017, s. 15–31) podjęła rozważania nad tworzonymi przez internautów memami odnoszącymi się do postaci papieża Jana Pawła II.

¹⁴ Forever Alone to postać z serii „Rage Comics” służąca do wyrażania poczucia samotności i rozczarowania życiem (*Forever Alone*, 2010).

¹⁵ Me Gusta to postać z serii „Rage Comics”, zwykle używana do wyrażenia aprobaty dla niezręcznej lub perwersyjnej sytuacji. *Me gusta* to w języku hiszpańskim „lubię to” (*Me Gusta*, 2010).

¹⁶ Cereal Guy jest postacią typu *stick figure* (patyczak) powszechnie używaną na imageboardach i forach dyskusyjnych jako reakcja na szokujące informacje (*Cereal Guy*, 2009).

¹⁷ Jedną z najstarszych kategorii memów są demotywtatory. Powstały w 1998 r. na podstawie plakatów motywacyjnych dla pracowników wielkich korporacji. Plakaty te nie sprawdziły się, lecz przybrały odmienną formę – zamiast stymulujących hasel zaczęto dokonywać ich prześmiewczych przeróbek. Demotywtatory charakteryzuje konkretna struktura – jest to zdjęcie umieszczone na czarnym tle, na dole znajduje się duży napis, a tuż pod nim mniejszy, stanowiący uzupełnienie poprzedniego (*Rozwój komunikacji obrazkowej*, 2020).

Autorka dokonała typologii memów z uwagi na ich styl, wymieniając: „quasi-przeświadczenia” (ukazujące papieża w pozytywny sposób, przybliżające nauki papieża); „quasi-polemiki” (nauki papieża zaprezentowane w prześmiewczy sposób); „quasi-alternatywne” (w memach z tej grupy z wykorzystaniem remiksu i pastiszu głowa papieża doklejana jest np. do ciał bohaterów kultury popularnej) oraz „quasi-zerwania” (memy szkalujące postać papieża).

Inne zjawisko łączenia różnych stylów w memach opisały Antonina Szybowska i Barbara Wolek-Kocur w artykule *O (nie)zmienności memów Wujka Google* (2014, s. 115–133). Badaczki omówiły zjawisko doodli, czyli graficznych modyfikacji logo Google, mających charakter okolicznościowy (Szybowska, Wolek-Kocur, 2014, s. 115–133). Choć doodle nie wpisują się w oficjalną definicję memu internetowego, to niezaprzeczalnie posiadają jego cechy. Autorki przedstawiły sposoby przypominania przez pracowników firmy Google o świętach, wyjątkowych okazjach, wydarzeniach. Poprzez wprowadzanie np. gier lub animacji związanych ze świętem obchodzonym w danym dniu Google wpisuje się w zjawisko e-folkloru¹⁸.

Językoznawstwo

Językoznawcze podejście do pojęcia memu skupia się na analizie używanych w nim słów, na jednostkach, z których się składa, na strukturze i funkcji memów w językoznawstwie. W językoznawczych analizach pojęcia memu pojawia się również porównanie tego zjawiska do plotki. Beata Kurządkowska i Marek Maruszczak w pracy pt. *Mem – współczesna plotka internetowa* (2014, s. 137–149) zdefiniowali pojęcie plotki jako komunikatu oraz sposób, w jaki się rozprzestrzenia, poprzez zjawisko plotkowania (Kurządkowska, Maruszczak, 2014, s. 137–149). Autorzy skoncentrowali się na przyczynie oraz źródłach powstawania plotek, na środowisku, w jakim funkcjonują i są przekazywane, oraz na procesie „życia memu” jako internetowej plotki. Alicja Bronder w publikacji pt. *Pande(me)mia – o strategiach migracyjnych memu internetowego w ujęciu genologicznym* (2018, s. 449–459) porównała

¹⁸ E-folklor (cyfrowy folklor, netlor) – pisany, ustny, wizualny folklor o charakterze globalnym, przekazywany drogą elektroniczną w przestrzeni wirtualnej. Powstaje w sieci i w niej się rozwija, przyjmując unikatowe formy. Generuje go wykorzystywanie internetu przez użytkowników w celach informacyjnych, ludycznych, społecznych, wymiany poglądów, opinii, reagowania na nowe fakty i zjawiska oraz dzielenia się emocjami (*E-folklor*, 2020).

rozwój memu do epidemii choroby zakaźnej. Opisała „specyficzny sposób migracji”, dzięki któremu „można wyróżnić cechy należące do poszczególnych poziomów gatunkowych” (Bronder, 2018, s. 452). Są to: poziom strukturalny, semantyczny, stylistyczny i pragmatyczny.

Aleksandra Majdzińska w artykule pt. *Kreatywność w memie internetowym* (2014, s. 151–162) zanalizowała językowy aspekt memów, w których występują Grumpy Cat (Zrzedliwy Kot) oraz Doge (Pieseł). Autorka opisała, w jaki sposób memy te zdobyły popularność, oraz przedstawiła strategie ich funkcjonowania w internecie. Memy z Piesełem wyróżniają się specyficzną formą używanych słów i fraz, które pojawiają się obok uroczego pieska. Charakterystyczne dla obu rodzajów memów jest to, że te z kotem są tworzone raczej w pesymistycznym tonie, natomiast „pieselowe” są ich przeciwieństwem. Badaczka podkreśliła kreatywność twórców memów o tej tematyce (np. wstawianie postaci w obrazy znanych artystów, w zdjęcia przedstawiające wydarzenia historyczne lub polityczne).

Autorki tekstu pt. *Memy słowno-obrazkowe jako wyraz kreatywności użytkowników Internetu* Jagoda Sałaj i Agnieszka Śliz (2014, s. 163–175) omówiły genezę i definicję memów internetowych, a następnie zanalizowały demotywatory dotyczące filmu *Kevin sam w domu*. Wskazały, że do pełnego zrozumienia przekazu memu konieczna jest znajomość kontekstu, np. skąd pochodzi dany kadr filmu i z czym może się użytkownikowi skojarzyć.

Agnieszka Anna Niekrewicz w publikacji *Od schematyzmu do kreatywności: język memów internetowych* (Niekrewicz, 2015) zanalizowała memy jako nowy gatunek medialny, biorąc pod uwagę poprawność językową, gramatyczną, leksykalną oraz stosowane odstępstwa od norm językowych. Autorka zajęła się również kwestią odwołań memów do tekstów kultury, np. najpopularniejszych dialogów filmowych, znanych wierszy, obrazów lub postaci.

Jednym z głównych mediów społecznościowych jest obecnie Twitter¹⁹, w którym użytkownicy udostępniają sobie wzajemnie informacje, ale również memy. Przemysław Szews w publikacji pt. *Demotywatory*

¹⁹ Twitter – założony 21 marca 2006 r. serwis społecznościowy udostępniający usługę mikroblogowania (rodzaj dziennika internetowego, w którym głównym nośnikiem informacji są wpisy mające zazwyczaj długość jednego zdania). Zarejestrowany użytkownik może wysyłać i odczytywać tzw. tweety (czyt. tłity). Tweet to krótka wiadomość tekstowa (maksymalnie 280 znaków) wyświetlana na profilu autora wpisu oraz pokazywana użytkownikom, którzy obserwują dany profil. Twitter umożliwia tagowanie (znak kratki # przed słowem czyni to słowo tagiem) oraz odpowiadanie innym użytkownikom (@nazwa_użytkownika = odpowiedź). Użytkownicy piszą krótkie wiadomości w swoim profilu na Twitterze przez stronę WWW, SMS lub aplikację

i internetowe memy – o łączeniu słowa i obrazu na Twitterze (2014, s. 177–191) dokonał przeglądu memów udostępnianych w tym serwisie. Opisał ich ewolucję w medium społecznościowym, jakim jest Twitter, gdyż w „dobie kultury wizualnej słowo domaga się obrazu” (Szews, 2014, s. 180). Wraz z rozwojem serwisu oraz nałożonymi przez administratorów ograniczeniami w postaci możliwości publikowania postów zawierających do 140 znaków, użytkownicy postanowili wzbogacać swoje posty o zdjęcia, filmiki i gify²⁰. Pozwala to w szybki sposób odczytać przekazywaną przez autora treść.

Literaturoznawstwo

Jak wynika ze zgromadzonego materiału, literaturoznawcy analizują memy rzadziej niż badacze zjawisk kultury i języka. Halina Kudlińska w artykule pt. *Demotywator jako nowy gatunek dyskursu 2.0.* (2016, s. 111–139) opisała ten typ wypowiedzi jako jeden z formatów kultury uczestnictwa – pozwalający użytkownikom tworzyć, przerabiać oraz komentować zawartość sieci. Autorka skupiła się przede wszystkim na memach pochodzących z portalu Runet. Sklasyfikowała demotywator jako hybrydową formę przekazu, łączącą obraz z tekstem, oraz określiła trzy grupy tematyczne demotywatorów: dotyczące aktualnych wydarzeń z kraju i ze świata; odnoszące się do bieżących problemów życia codziennego oraz zawierające filozoficzne przemyślenia na temat sensu życia i duchowości człowieka (Kulińska, 2016, s. 117).

Paweł Sarna w publikacji *Memy w perspektywie retorycznej* (2016, s. 123–149) wskazał trzy formy memów: „najprostsze historie”, czyli memy powstałe na wzór zdjęć z konkretną mimiką twarzy, wyrażające jakieś emocje (np. Forever Alone, Me Gusta lub Trollface); memy tworzone przez Martę Frej, będące „komentarzem do rzeczywistości”, czyli opisem codziennych zdarzeń lub idei, z jakimi spotyka się użytkownik internetu w prawdziwym życiu; „memy w działaniu”, czyli memy wykorzystujące swój „wirusowy” charakter do propagowania różnych

mobilną. Angielskie słowo *tweet* oznacza ćwierkanie, ćwierkać. W języku polskim używany jest czasownik *tweetować* oznaczający „pisać na Twitterze” (*Twitter*, 2020).

²⁰ GIF (ang. Graphics Interchange Format) – format pliku graficznego z kompresją bezstratną, stworzony w 1987 r. przez firmę CompuServe. Pliki tego typu są powszechnie używane na stronach WWW, gdyż pozwalają na tworzenie prostych animacji ze zdefiniowanym kolorem tła jako przezroczystym i określonym opóźnieniem przy odtwarzaniu poszczególnych klatek animacji (*Gif*, 2020).

kampanii (np. „Rodzice, odważcie się mówić” oraz „Nie czytasz? Nie idę z Tobą do łóżka!”).

Historia

W dzisiejszych czasach memy stanowią odzwierciedlenie tematów społecznych, politycznych, historycznych. Często spotyka się memy prezentujące postać jakiegoś naukowca (np. Alberta Einsteina), polityka (np. prezydenta Andrzeja Dudy), celebryty bądź celebrytki (np. Joanny Krupy), a także najważniejsze wydarzenia z życia kraju i świata. Od 2009 r. w sieci funkcjonują countryballs²¹, czyli memowe „postacie”. Anna Borkiewicz w publikacji pt. „*Polandball*”: *memy internetowe o tematyce historycznej jako przykład wizualizacji historii* (2018, s. 332–336) ukazała, w jaki sposób poprzez countryballs można w internecie zaprezentować wydarzenia historyczne ważne dla Europy i dla świata. Powołała się na Polandball, w którym przedstawione są dzieje Polski. Jej zdaniem internetowe komiksy stanowią „uwspółcześnienie przeszłości lub zremiksowanie jej z elementami dzisiejszej popkultury” (Borkiewicz, 2018, s. 336). Jednocześnie podkreśliła, że nawet najbardziej nowoczesne formy przekazu nie dotrą do odbiorcy, jeśli nie posiada on podstawowej wiedzy z zakresu historii.

Podobną problematykę podjęła ta sama badaczka w artykule *Kody dominujące w memach internetowych dotyczących historii Polski* (Borkiewicz, 2018, s. 237–247), tym razem porównując memy dotyczące historii Polski z polskich i angielskojęzycznych portali. Jak ustaliła, na polskich stronach internetowych memy ukazują Polskę jako kraj zwycięski, z wyróżniającymi się postaciami władców. Niektóre stworzono poprzez dodanie zabawnych tekstów do obrazów Jana Matejki. Z kolei memy z gatunku Polandball w anglojęzycznych portalach przedstawiają Polskę jako smutny, biedny i zawsze pokrzywdzony kraj, a Polaków jako naród, który nie jest szanowany przez przedstawicieli innych krajów.

²¹ Countryball to mem internetowy stworzony przez użytkowników niemieckiego imageboardu *krautchan.net* w drugiej połowie 2009 r. Polandball ma formę komiksu internetowego, w którym poszczególne państwa zostały przedstawione jako kuliste postacie, często posługujące się łamanym angielskim, wyśmiewające narodowe stereotypy i relacje między państwami (*Polandball*, 2019).

Podsumowanie

Na podstawie analizy 26 publikacji dotyczących memów w polskim piśmiennictwie z dziedziny nauk o kulturze i religii można wnioskować, że najczęściej publikacji odnosi się tematycznie do tej dziedziny (61% wszystkich opracowań). Nie brak jednak analiz tego zjawiska w tekstach językoznawczych (23%). Zdecydowanie rzadziej stanowi ono temat prac literaturoznawców (8%) i historyków (8%). W wybranym okresie (2000–2019) najczęściej publikacji pojawiło się w 2014 r. – było to 7 prac (27%), w 2018 r. – 5 prac (19%) oraz w 2016 r. – 4 prace (15%). W pozostałych latach publikacji było zdecydowanie mniej: w 2013 r. – 3 (11%), w latach 2017 i 2012 – po 2 (8%), w latach 2011, 2015 i 2019 – po jednej pracy (4%). Tematykę memów najczęściej podejmowali M. Kamińska, A. Śliz oraz A. Borkiewicz. Dominująca forma piśmiennicza to artykuły w pracach zbiorowych – 15 publikacji (58%), następnie artykuły w czasopismach – 8 (31%) oraz wydawnictwa zwarte – 3 (11%). Artykuły ukazywały się w czasopismach i pracach zbiorowych, najczęściej w publikacji pt. *Kreatywność językowa w przestrzeni medialnej* pod redakcją Katarzyny Burskiej i Bartłomieja Cieśli. Przedstawiciele nauk o kulturze i religii skupiają się na memach jako tekstach kultury, tworzeniu cyberkultury poprzez nowego rodzaju treści, badają postawy użytkowników i ich reakcje na memy. Językoznawcy analizują bazę używanych słów, nowo tworzone formy językowe, ponadto porównują rozwój memów do plotki i epidemii wirusa. Literaturoznawcy koncentrują się na kulturze uczestnictwa oraz na formach memów – pojawiających się w nich postaciach. Dla historyków ważny jest wpływ na kulturę oraz sposób przedstawiania wydarzeń w formie memów. Trzeba też podkreślić, że badacze, reprezentujący w przeważającej mierze Uniwersytet Łódzki, Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu oraz Uniwersytet Śląski w Katowicach, przyjmują wspólne punkty wyjścia do analiz. Niemal wszyscy analizują genezę memów, ich cechy czy różnorodność wpływającą na rozwijane typologie, skupiają się również na roli postaci pojawiających się w memach. Dopiero określenie swoistych dla poszczególnych dyscyplin naukowych perspektyw badawczych pozwoliło na wyodrębnienie zaprezentowanych grup publikacji.

Literatura

Advice Animals. W: Wiktionary: the free dictionary. 14 February 2019, at 23:35. Pobrane z: https://en.wiktionary.org/wiki/advice_animal (28.11.2019).

- Borkiewicz, A. (2018). Kody dominujące w memach internetowych dotyczących historii Polski. W: T. Stegner (red.), *Studia Historica Gedanensia* (s. 237–247). T. 9. Gdańsk: Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego.
- Borkiewicz, A. (2018). „Polandball”: memy internetowe o tematyce historycznej jako przykład wizualizacji historii. W: J. Wojdon (red.), *Historia w przestrzeni publicznej* (s. 332–336). Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Brodie, R. (1997). *Wirus umysłu*. P. Turski (przekład). Łódź: Teta Publishing.
- Bronder, A. (2018). Pande(me)mia – o strategiach migracyjnych memu internetowego w ujęciu genologicznym. W: E. Biłas-Pleszak, J. Przyklenk, A. Rejter, K. Sujkowska-Sobisz (red.), *Wędrówka, podróż, migracja w języku i kulturze* (s. 449–459). Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- Brzoza, K. (2016). Kobieta w internetowych memach obrazkowych na wybranych przykładach. W: P. Sarna i M. Sęk-Iwanek (red.), *Dyskursy widzialności: słowa a obrazy* (s. 148–164). Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- Burkacka, I. (2016). Intertekstualność współczesnej komunikacji: memy a teksty kultury. *Poznańskie Spotkania Językoznawcze*, 32, 75–91. Pobrane z: <https://pressto.amu.edu.pl/index.php/psj/article/view/8347> (12.11.2019).
- Cereal Guy. W: Know Your Meme. (2009). Pobrane z: <https://knowyourmeme.com/memes/cereal-guy> (28.11.2019).
- Czym jest meme-marketing? W: Rekinysukcesu.pl. (22.03.2017, 14:07. Pobrane z: <https://www.rekinysukcesu.pl/blog/80-meme-marketing-czyli-jak-wykorzystac-humor-internetowy> (05.05.2020).
- Dawkins, R. (1996). *Samolubny gen*. M. Skoneczny (przekład). Warszawa: Prószyński i S-ka.
- E-folklor. W: *Wikipedia: wolna encyklopedia*. Wikimedia Commons, 23 sty 2020, 08:24. Pobrane z: <https://pl.wikipedia.org/wiki/E-folklor> (10.04.2020).
- Forever alone. W: Know Your Meme. Pobrane z: <https://knowyourmeme.com/memes/forever-alone> (28.11.2019).
- Gif. W: *Wikipedia: wolna encyklopedia*. Wikimedia Commons, 17 mar 2020, 12:40. Pobrane z: https://pl.wikipedia.org/wiki/Graphics_Interchange_Format (10.04.2020).
- Kamińska, M. (2011). *Nieczne memy: dwanaście wykładów o kulturze internetu*. Poznań: Wydawnictwo Galeria Miejska „Arsenał”.
- Kamińska, M. (2017). *Memosfera: wprowadzenie do cyberkulturoznawstwa*. Poznań: Wydawnictwo Galeria Miejska „Arsenał”.
- Kołowiecki, W. (2012). Memy internetowe, jako nowy język internetu. *Kultura i Historia*, 21. Pobrane z: <http://www.kulturaihistoria.umcs.lublin.pl/archives/3637> (12.11.2019).


- Koniec memów w sieci? Oto, do czego może doprowadzić nowe unijne prawo. W: *naTemat.pl*. 29.06.2018, 10:37. Pobrane z: <https://natemat.pl/242213,czy-memy-sa-legalne-nowe-prawo-ue-zagrozeniem-dla-internetu-jaki-znamy-Koniec> (21.01.2020).
- Krawiecka, E. (2017). Jan Paweł II w świecie memów – raczej niekulturalnie: przyczynek do dyskusji nad memetyczną i hermeneutyczną wizją kultury. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Zielonogórskiego. Seria Scripta Humana*, 8, 15–31.
- Kudlińska, H. (2016). Demotywator jako nowy gatunek dyskursu 2.0. W: A. Dąbrowka, M. Maryl i A. Wójtowicz (red.), *Teksty kultury uczestnictwa* (s. 111–139). Warszawa: Fundacja Akademia Humanistyczna, Instytut Badań Literackich PAN.
- Kurządkowska, B., Maruszczak, M. (2014). Mem – współczesna plotka internetowa. W: K. Burska i B. Cieśla (red.), *Kreatywność językowa w przestrzeni medialnej* (s. 137–149). Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
- Majdzińska, A. (2014). Kreatywność w memie internetowym. W: K. Burska i B. Cieśla (red.), *Kreatywność językowa w przestrzeni medialnej* (s. 151–162). Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
- Marak, K. (2013). Memy internetowe: informacja i transformacja w sieci. W: P. Grochowski (red.), *Netlor: wiedza cyfrowych tubylców* (s. 133–165). Toruń: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika.
- Masłowski, S. (2013). Kłątwa jako wirus umysłu. W: D. Wężowicz-Ziółkowska, A. Pisarek (red.), *Ukaszzenia, wirusy, memy... Kulturowe obrazy praktyk fizjologicznych* (s. 249–268). Katowice: Uniwersytet Śląski: Oficyna Wydawnicza Waclaw Walasek.
- Me Gusta. W: Know Your Meme. (2010). Pobrane z: <https://knowyourmeme.com/memes/me-gusta> (28.11.2019).
- Mem internetowy. W: *Wikipedia: wolna encyklopedia*. Wikimedia Commons, 27 lis 2019, 07:59. Pobrane z: https://pl.wikipedia.org/wiki/Mem_internetowy (18.11.2019).
- Memetyka. W: *Wikipedia.: wolna encyklopedia*. Wikimedia Commons, 27 wrz 2019, 10:38. Pobrane z: <https://pl.wikipedia.org/wiki/Memetyka> (20.11.2019).
- Niekrewicz, A.A. (2015). *Od schematyzmu do kreatywności: język memów internetowych*. Gorzów Wielkopolski: Wydawnictwo Naukowe Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej.
- „Not Bad” Obama face. W: Know Your Meme. (2011) Pobrane z: <https://knowyourmeme.com/memes/not-bad-obama-face> (28.11.2019).
- Nowak, J. (2018). Pepe na polskich drózkach: o memach i ich kulturowych migracjach. *Studia Kulturoznawcze*, (2), 141–158. Pobrane z: https://issuu.com/kulturoznawstwo/docs/studia_kulturoznawcze_2_2018 (05.11.2019).

- Pastuszka-Roczek, J. (2014). Elektroniczne rysunki na ścianie – rola obrazkowych memów internetowych w procesie komunikacji i socjalizacji: analiza treściowa wybranych polskich portali rozrywkowych. W: J. Bierówka i K. Pokorny-Ignatowicz (red.), *Media, kultura popularna, polityka: wzajemne oddziaływania i nowe zjawiska* (s. 141–163). Kraków: Krakowskie Towarzystwo Edukacyjne sp. z o.o. – Oficyna Wydawnicza AFM.
- Pedobear. W: Know Your Meme. (2009). Pobrane z: <https://knowyourmeme.com/memes/pedobear> (9.04.2019).
- Polandball. W: *Wikipedia: wolna encyklopedia*. Wikimedia Commons, 30.08.2019, 10:23:00. Pobrane z: https://pl.wikipedia.org/wiki/Polandball#cite_note-red_dit.com-polandball- (22.11.2019).
- Piskorz, K. (2013). Internetowe memy-hieroglify XXI wieku. W: I. Hofman i D. Kępa-Figura (red.), *Współczesne media: język mediów* (s. 227–237). Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej.
- Rage Guy. W: Know Your Meme. (2009). Pobrane z: <https://knowyourmeme.com/memes/rage-guy-ffffuuuuuuuu> (10.04.2020).
- Replikator. W: *Wikipedia: wolna encyklopedia*. Wikimedia Commons, 26.11.2018, 10:50:00. Pobrane z: <https://pl.wikipedia.org/wiki/Replikator> (19.11.2019).
- Rozwój komunikacji obrazkowej. W: *memypolskie.pl*. Pobrane z: <http://memy-polskie.pl/historia/> (9.04.2020).
- Sałaż, J., Śliz, A. (2014). Memy słowno-obrazkowe jako wyraz kreatywności użytkowników Internetu. W: K. Burska i B. Cieśla (red.), *Kreatywność językowa w przestrzeni medialnej* (s. 163–175). Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
- Sarna, P. (2016). Memy w perspektywie retorycznej. W: P. Sarna i M. Sęk-Iwanek (red.), *Dyskursy widzialności: słowa a obrazy* (s. 123–149). Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- Szews, P. (2014). Demotywatory i internetowe memy – o łączeniu słowa i obrazu na Twitterze. W: K. Burska i B. Cieśla (red.), *Kreatywność językowa w przestrzeni medialnej* (s. 177–191). Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
- Szybowska, A., Wolek-Kocur, B. (2014). O (nie)zmienności memów Wujka Google. *Teksty z Ulicy*, 15, 115–133.
- Śliz, A. (2014). Demotywator – emblemat kultury uczestnictwa?: (wokół problemów definicyjnych memów oraz memów internetowych). *Zagadnienia Rodzajów Literackich*, nr 57 (1), 151–165. Pobrane z: <http://yadda.icm.edu.pl/yadda/element/bwmetal.element.desklight-bb3e51fa-dbdb-4a7b-a4ba-5a3254ce89fb?q=bwmetal.element.desklight-2c78c09e-747c-4339-a0eb-f34836bfc6c4;9&qt=CHILDREN-STATELESS> (11.11.2019).

- Trollface. W: Know Yor Meme. (2009). Pobrane z: <https://knowyourmeme.com/memes/trollface> (28.11.2019).
- Twitter. W: *Wikipedia: wolna encyklopedia*. Wikimedia Commons, 28 lut 2020, 00:39. Pobrane z: <https://pl.wikipedia.org/wiki/Twitter> (10.04.2020).
- Walkiewicz, A. (2012). Czy są memy internetowe? Rozważania z perspektywy memetycznej. *Teksty z Ulicy*, 14, 49–70. Pobrane z: http://www.memetyka.us.edu.pl/pdf/TzU_2012.pdf (11.11.2019).
- Wołoszyn, M. (2019). Czy memy są tekstami kultury? *Toruńskie Studia Bibliologiczne*, 1, 9–28. Pobrane z: <https://apcz.umk.pl/czasopisma/index.php/TSB/article/view/TSB.2019.001/23566> (12.11.2019).
- Wójcicka, M. (2018). Memy internetowe jako nośniki pamięci zbiorowej. W: S. Buryła, L. Gąsowska, D. Ossowska (red.), *Popkulturowe formy pamięci* (s. 159–172). Warszawa: Instytut Badań Literackich PAN.
- Zaremba, M. (2012). Memy internetowe (2010–2011). *Media i Społeczeństwo*, 2, 60–73. Pobrane z: http://www.mediaispoleczenstwo.ath.bielsko.pl/art/060_zaremba.pdf (4.11.2019).

Tekst w wersji poprawionej wpłynął do redakcji 8 maja 2020 r.

Jolanta Kokoszka

A third-year graduate student of information in e-community
Academic Circle of Infologists
Institute of Culture Studies
University of Silesia in Katowice
e-mail: j.a.kokoszka@o2.pl
 <https://orcid.org/0000-0001-7390-5992>

Meme – special medium of information State-of-the-art of Polish writings in the field of culture and religion

Abstract: The article provides the state-of-the-art of the research on the phenomenon of meme and of the Internet meme in the field of culture and religion, as well as history, linguistics, literary studies and cultural studies. The authors of the article have analysed the publications in order to show the way Polish researchers perceive the notion of the meme and the Internet meme, as well as the characteristics and functions they have been ascribed to them. The authors took into account the research studies published in 2000–2019 based on the data from the NUKAT catalogues, National Library in Warsaw, and Google Scholar.

Keywords: Culture and art. Internet meme. Meme