

INTERNET NIE ŚPI, INTERNET REAGUJE. MEMY INTERNETOWE JAKO FORMA KOMENTARZA DO BIEŻĄCYCH WYDARZEŃ SPOŁECZNYCH I POLITYCZNYCH

KRZYSZTOF PISKORZ

Uniwersytet im. Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie
Zakład Dziennikarstwa

SUMMARY

The Internet never sleeps; the Internet reacts. The Internet meme as a form of the current political and social commentary

This article applies to Internet memes as a specific form of communication existing in new media. The subject of research are memes as a way of commenting on social and political events. The author focuses on the analysis of examples of such “reactionary” memes, trying to describe their nature and the ways in which they comment on reality. He delineates the evolution of the internet meme from the stereotypical “funny cat picture” to clear voice of protest. He also follows the route they pass – from the social networking sites, to the meme galleries available on information sites, where memes are also treated as a kind of Internet “vox populi”. The author also points to the other uses of the Internet meme – for example, the commercial one.

Key words: Internet, meme, political communication, news site

Wstęp

Reakcyjny charakter społeczeństwa sieci ujawnia się przy różnych okazjach. Użytkownicy potrafili zmobilizować się w buncie przeciwko aktom prawnym ograniczającym ich swobody (słynne protesty przeciw ACTA)¹, chętnie rozsyłają charytatywne łańcuszki (niekiedy okazujące się oszustwem lub modnym ostatnio wyłudzeniem „łajków”, czyli polubień na Facebooku²). Jednak najczęstszą (najprostszą) formą aktywności są komentarze. Wraz z rozwojem Web 2.0 uległ zaburzeniu klasyczny podział nadawca–odbiorca. Portale internetowe wprowadziły możliwość komentowania, co zaowocowało lawiną takich zjawisk, jak spam (znany każdemu z poczty elektronicznej, w komentarzach zaś objawiający się po prostu umieszczaniem sponsorowanych odnośników do stron), „hejting” (najprościej ujmując: krytykanckie komentowanie każdego zdarzenia/osoby) czy „trolling” (celowe prowokowanie innych uczestników dyskusji).

Kiedy memy zostały spopularyzowane przez rozwój portali społecznościowych oraz agregatorów treści, komentujący zyskali nowy oręż. Nie dość, że memy stały się zgrabnym i ogólnie rozumianym (przynajmniej w świadomości specyficznej społeczności sieciowej, wychwytyjącej ich intertekstualny kontekst) środkiem przekazu, to na dodatek nie trzeba już liczyć się z łaską lub niełaską administratora serwisu. Mem raz wrzucony w sieć – czy to na Facebooku, czy na 9GAG – jeśli tylko zyska popularność (posiłkując się terminologią z klasycznej memetyki: okaże się memem silnym), pozostanie w niej na zawsze, przekazywany (i modyfikowany) pomiędzy serwisami za pomocą polubień, udostępnień i repostów.

Termin „mem” został stworzony przez brytyjskiego biologa ewolucyjnego Richarda Dawkinsa³ i oznacza – w uproszczeniu – jednostkę transmisji w kulturze (kulturowy odpowiednik genu). Z kolei mem internetowy stanowi swoiste przeniesienie teorii memetycznych na grunt internetu (głównie portali społecznościowych) pod postacią graficzną (choć mem w jego pierwotnym znaczeniu jest ideą, nie zaś nośnikiem, więc niekoniecznie musi to być obraz).

Komunikacyjny fenomen obrazkowych memów internetowych mógł zaistnieć jedynie w nowych mediach. Dopiero media cyfrowe umożliwiają bowiem – jak pisze Denis McQuail – jednoczesny odbiór, modyfikację i redystrybucję obiektów

¹ Pisze o tym choćby Edwin Bendyk – zob. Bendyk 2012.

² Głośno było o takiej sytuacji choćby po ostatnim finale Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy, kiedy to Facebook załapały profile dedykowane 10-letniemu Łukaszowi Berezakowi – choremu chłopcu, który kwestował na rzecz WOŚP. Owe fanpage'e (jak okazało się po kilku dniach – nieoficjalne) masowo zaczęły „łajkować” użytkownicy portalu. Liczba polubień osiągała nawet 700 tys., choć w zasadzie nie było wiadomo, w jaki sposób może się to przyczynić do pomocy chłopcu. Zob. Jak zarobić na współzuciu dla Łukasza Berezaka? Uważajcie, klikając „Lubię to”, tekst dostępny pod adresem: http://szczecin.gazeta.pl/szczecin/1,34959,15283028,Jak_zarobic_na_wspoluczuciu_dla_Lukasza_Berezaka_Uwazajcie_.html (dostęp: 25.01.2014).

³ Dawkins 1996.

kultury⁴, a przecież te cechy idealnie opisują również cały proces „mutacji” i „replikacji” memów internetowych, które są niczym innym jak wykorzystaniem już istniejącego obrazka/zdjęcia/kadru (odbiór) i puszczeniem go – wraz z (z reguły zabawnym) podpisem (modyfikacja) – w dalszy obieg za pomocą stron-agregatorów treści i/lub portali społecznościowych (redystrybucja).

Jednak coś, co początkowo miało służyć głównie rozrywce, ewoluowało (czyli w zasadzie zachowało się spójnie z propagowaną przez memetyków teorią ewolucji kultury) w stronę sposobu reakcji społeczeństwa sieci na różne wydarzenia społeczne i polityczne. Obecnie niemal każde głośno komentowane w mediach zdarzenie skutkuje wysypem tematycznych memów. Czasem wystarczy jedna wypowiedź, gest czy głupia mina, by serwisy społecznościowe takie jak Facebook, Twitter oraz agregatory treści (Tumblr, 4chan, 9GAG) zaroily się od komentujących ten fakt obrazków. Kolejną interesującą cechą jest czas owej reakcji – memy (całe galerie!) pojawiają się nieraz jeszcze w trakcie trwania jakiegoś wydarzenia, a serwisy społecznościowe donoszą za ich pomocą o danym wydarzeniu szybciej niż „poważne” portale informacyjne. Oczywiście nie można traktować ich jako informacji pierwotnej – memy jako odpowiedź społeczeństwa sieci są informacją zinterpretowaną, a więc komentarzem⁵.

Założenia i cele

Właśnie jako taką formę informacji będę traktował memy internetowe w niniejszym tekście. Przeanalizuję reakcje za ich pomocą na wybrane wydarzenia. Ponieważ największe polskie portale (lub ich odnogi, takie jak choćby rozrywkowy Deser.pl będący częścią internetowego portalu *Gazety Wyborczej*) grupują memy (oczywiście nie wszystkie) dotyczące poszczególnych zdarzeń w galerie, skupię się właśnie na nich, dokonując analizy ilościowo-jakościowej zbiorów. Odniosę się także do dedykowanych fanpage’ów dostępnych na Facebooku, skupionych na wypuszczaniu memów tematycznych – np. strona „Hipsterski Maoizm”, w satyryczny sposób komentująca zdarzenia polityczne.

Spróbuję przy tym odpowiedzieć na pytanie, jaką funkcję pełnią takie reaktywne memy, które przecież już dawno zyskały o wiele większe znaczenie niż bycie stereotypowym „obrazkiem z kotem”, wrzuconym do sieci wyłącznie, by bawić lub wyrażać emocje w sposób graficzny. Czy mogą być czymś innym niż oddolną odpowiedzią użytkowników internetu? Czy z reakcji tych można opisać – choćby w sposób ogólny – poglądy społeczności internetowej? Kto, w jaki sposób i w jakim celu może wykorzystywać popularność tej formy przekazu?

⁴ McQuail 2007, s. 151.

⁵ Pisałem na ten temat w tekście: Piskorz 2014.

Poniżej przedstawię przykłady memów poświęconych danemu wydarzeniu. Jako źródło galerii⁶ przyjąłem m.in. portale Deser.pl, Dziennik.pl⁷, Newsweek.pl i Polskatimes.pl ze względu na regularność, częstą aktualizację i stosunkowo dużą liczbę „reakcyjnych” memów w poszczególnych galeriach.

Zalana stolica drugą Wenecją

W czerwcu 2013 roku Warszawę nawiedziła powódź. To z pozoru niewesołe zdarzenie wywołało jednak prześmiewczą reakcję internautów, skupioną głównie na osobie prezydent stolicy, Hanny Gronkiewicz-Waltz. Tytuły galerii to m.in. „Basen Toruński w Warszawie. Internauci śmieją się z powodzi w stolicy”⁸ 9, „«Nie róbmy polityki. Dmuchałmy pontony». Internet śmieje się z zalanej Warszawy”¹⁰ i „Internet śmieje się z zalanej Warszawy”¹¹. Na memach widzimy m.in. roześmianą panią prezydent i podpis „Zrobię Wenecję”¹². Inny obrazek, ponownie z Gronkiewicz-Waltz w tle: „Metho¹³ nie kuhsuje? Można pływać jachtem”¹⁴. Mamy także potwora z Loch Ness na zalanych ulicach stolicy¹⁵ i parodię hasła Platformy Obywatelskiej: „Nie róbmy polityki, dmuchałmy pontony”¹⁶.

⁶ Trzeba w tym miejscu zaznaczyć, że wymienione serwisy NIE są źródłem samych memów, a jedynie agregują już istniejące obrazki. Skutkuje to m.in. dublowaniem się obrazków w poszczególnych zbiorach. Jednak ze względu na kategoryzację tematyczną, tj. prezentowanie galerii memów będących właśnie reakcją na konkretne wydarzenie, stanowią bardziej adekwatny punkt wyjścia dla mych rozważań niż serwisy w rodzaju wspomnianych już Kwejk.pl czy 4chan, będące wylęgarnią (czyli faktycznym źródłem) memów na każdy temat.

⁷ Portal ten posiada nawet specjalną zakładkę zatytułowaną „MEMY” – zob. <http://www.dziennik.pl/memy> (dostęp: 15.01.2014).

⁸ Basen Toruński w Warszawie. Internauci śmieją się z powodzi w stolicy, materiał dostępny pod adresem: <http://rozrywka.dziennik.pl/hity-internetu/galeria/429843,6,galeria-memow-o-powodzi-w-warszawie-galeria-zdjec.html> (dostęp: 15.01.2014).

⁹ Większość galerii zawiera w swych tytułach zwroty „internet zareagował”, „internet oszalał”, „internauci wyśmiali” itp. – co można będzie zauważyć w dalszej części tekstu. Fakt ten wydaje się potwierdzać założenie oddolnej, spontanicznej odpowiedzi użytkowników sieci.

¹⁰ „Nie róbmy polityki. Dmuchałmy pontony”. Internet śmieje się z zalanej Warszawy, materiał dostępny pod adresem: <http://deser.pl/deser/51,111858,14070268.html> (dostęp: 15.01.2014).

¹¹ Internet śmieje się z zalanej Warszawy, materiał dostępny pod adresem: <http://www.polskatimes.pl/artukul/916347,zalana-warszawa-internet-smieje-sie-z-zalanej-warszawy-memy,id,t.html> (dostęp: 15.01.2014).

¹² <http://deser.pl/deser/51,111858,14070268.html?i=14> (dostęp: 15.01.2014).

¹³ Podwójne okrucieństwo internautów, drwiących nie tylko z klęski żywiołowej, ale także z wady wymowy byłej prezes NBP. Mem pierwotnie znalazł się na stronie „Hipsterski Maoizm”, o której więcej w dalszej części tekstu (dostęp: 15.01.2014).

¹⁴ <http://rozrywka.dziennik.pl/hity-internetu/galeria/429843,4,galeria-memow-o-powodzi-w-warszawie-galeria-zdjec.html> (dostęp: 15.01.2014).

¹⁵ <http://www.polskatimes.pl/artukul/916347,zalana-warszawa-internet-smieje-sie-z-zalanej-warszawy-memy,13,id,t,sg.html#galeria-material> (dostęp: 15.01.2014).

¹⁶ <http://rozrywka.dziennik.pl/hity-internetu/galeria/429843,3,galeria-memow-o-powodzi-w-warszawie-galeria-zdjec.html> (dostęp: 15.01.2014).

Royal Baby

Wielkim wydarzeniem medialnym były narodziny potomka brytyjskiego księcia Williama i jego żony – księżnej Kate. Odkąd pod koniec lipca Kate trafiła do szpitala, media prześcigały się w domysłach na temat płci dziecka, potencjalnego imienia; przypomniano rytuały towarzyszące narodzinom królewskiego potomka itp. Internet zareagował we właściwy sobie sposób: z humorem i złośliwością. Najliczniejszą (liczącą 24 memy) galerię zaprezentował serwis Deser.pl¹⁷. Nieco mniejsze zbiory umieściły na swej stronie *Dziennik Gazeta Prawna*¹⁸ (12) i *Newsweek*¹⁹ (10). Na obrazkach widzimy m.in. byłego ministra sprawiedliwości Jarosława Gowina z podpisem „Bachor jak bachor, dobrze, że nie z in vitro”²⁰, postaci z charakterystycznej sceny prezentacji królewskiego synka z „Króla Lwa”, z doklejonymi twarzami rodziny królewskiej (Mufasa – William, Skaza – Harry itp.)²¹ czy też fotografię Kate opatrzoną deskrypcją „Your baby won’t be royal? And you’re still keeping it?”²² („Twoje dziecko nie będzie królewskiej krwi? I tak chcesz je zatrzymać?”). Nie zabrakło też miejsca dla premiera Donalda Tuska. Zdjęcie, na którym rozmawia z księżną Kate, podpisano: „Poratowałabyś jakimś rojal bejbi”²³.

Osobny przypadek stanowią tzw. fanpage’ e na Facebooku, tworzone głównie w celu generowania memów na konkretne tematy. Jedną z takich stron jest istniejący od 14 stycznia 2012 roku „Hipsterski Maoizm”²⁴, który specjalizuje się w memach o tematyce politycznej. Choć twórczyni strony w wywiadzie dla Deser.pl przyznała, że jego twórcy mają „zdecydowanie antyprawicowe poglądy”²⁵, to jednak często można na niej napotkać memy wyśmiewające takie symbole polskiej lewicy, jak Aleksander Kwaśniewski (były prezydent na tle półek z książ-

¹⁷ Księżna Kate urodziła, internauci musieli zareagować, materiał dostępny pod adresem: <http://deser.pl/deser/51,111858,14318548.html> (dostęp: 15.01.2014).

¹⁸ Kate urodziła, Internet oszalał. Zobacz najlepsze MEMy z królewskim dzieckiem, materiał dostępny pod adresem: <http://rozrywka.dziennik.pl/hity-internetu/galeria/433732,1,galeria-memow-z-royal-baby-galeria-zdjec.html> (dostęp: 15.01.2014).

¹⁹ Royal Baby w krzywym zwierciadle, materiał dostępny pod adresem: <http://galerie.newsweek.pl/dziecko-kate-i-williamsa-royal-baby-w-memach-newsweek-pl,106683,1,1.html> (dostęp: 15.01.2014).

²⁰ <http://galerie.newsweek.pl/dziecko-kate-i-williamsa-royal-baby-w-memach-newsweek-pl,galeria,106683,1,1,8.html> (dostęp: 15.01.2014).

²¹ <http://rozrywka.dziennik.pl/hity-internetu/galeria/433732,1,galeria-memow-z-royal-baby-galeria-zdjec.html> (dostęp: 15.01.2014).

²² <http://deser.pl/deser/51,111858,14318548.html?i=19> (dostęp: 15.01.2014).

²³ <http://galerie.newsweek.pl/dziecko-kate-i-williamsa-royal-baby-w-memach-newsweek-pl,galeria,106683,1,1,10.html> (dostęp: 15.01.2014).

²⁴ <http://www.facebook.com/hipsterski.maoizm> (dostęp: 15.01.2014).

²⁵ „Chcieliśmy, aby strona miała więcej fanów niż Radek Sikorski. Podołaliśmy”. Wywiad z naczelną „Hipsterskiego Maoizmu”, tekst dostępny pod adresem: http://deser.pl/deser/1,111857,13743875,_Chcieliśmy_aby_strona_miała_wiecej_fanow_niz_Radek.html (dostęp: 15.01.2014).

kami i podpis: „Nie idę dzisiaj na piwo, wolę poczytać Marksa”²⁶) czy Wojciech Jaruzelski. Twórcy nie stronią od wulgaryzmów, często używanych jako kontrast do powagi sytuacji lub po prostu wzmocnienie przekazu. Na przykład zdjęcie premiera Donalda Tuska zwiedzającego fabrykę i pochylającego się nad jednym z pracowników podpisano: „I pan tak dzień po dniu za chujowe pieniądze?”²⁷, lub papież Jan Paweł II błogosławiący Tuska z podpisem: „Błogosławię cię, nie spierdol tego”. Jak przyznaje we wspomnianym wywiadzie twórczyni: „(...) Mi osobiście umieszczone w odpowiednim kontekście wulgaryzmy nie przeszkadzają, więc ich używam”.

Twórcy serwisu, również wpisując się w omawiane przeze mnie zjawisko komentowania rzeczywistości za pomocą memów, pokazują przy tym niepoprawność polityczną. Ot, choćby komentarz do teorii o zamachu smoleńskim: Dmitrij Miedwiediew zwraca się do Władimira Putina: „Był ten trotyl, czy to kolejny twój głupi żart?”²⁸ lub odpowiedź na aferę zegarkową Sławomira Nowaka: Bronisław Komorowski demonstruje zegarek z dużą kopertą. Podpis: „Pacz, Sławek – od Chińczyka, a też chodzi”²⁹.

Poza galeriami dotyczącymi konkretnych sytuacji portale zamieszczają też rankingi: tygodniowe³⁰ i roczne. Takie właśnie roczne podsumowanie, opublikowane w serwisie *Dziennika Gazety Prawnej*, zostało opatrzone opisem: „Z czego śmiał się polski Internet w 2013 roku? Oto subiektywna galeria najlepszych memów, które w ostatnich 12 miesiącach były szyderczą odpowiedzią internautów na najważniejsze, bieżące wydarzenia”³¹.

Opis ten stanowi potwierdzenie przyjętej tezy, że „reakcyjne” memy stanowią spontaniczną, oddolną ripostę użytkowników sieci na bieżące zdarzenia. Dyskusyjne wydaje się jednak określenie „najważniejsze”. Znajduje się tam bowiem np. obrazek z posłanką Krystyną Pawłowicz i jej kontrowersyjną wypowiedzią na temat homoseksualizmu obok memów dotyczących polskiej reprezentacji piłkarskiej czy też odważnej sesji zdjęciowej tenisistki Agnieszki Radwańskiej. Trudno porównywać istotność tych wydarzeń z chociażby powodzią w stolicy.

²⁶ https://fbcdn-sphotos-f-a.akamaihd.net/hphotos-ak-frc3/t1/s403x403/318808_434289186620066_1321459415_n.png (dostęp: 15.01.2014).

²⁷ https://scontent-b-lhr.xx.fbcdn.net/hphotos-frc3/t1/s403x403/229915_430020327046952_39342406_n.png (dostęp: 15.01.2014).

²⁸ https://scontent-b-lhr.xx.fbcdn.net/hphotos-prn1/t1/s403x403/149836_432258980156420_1447957869_n.png (dostęp: 15.01.2014).

²⁹ https://scontent-b-lhr.xx.fbcdn.net/hphotos-frc3/t1/s403x403/10542_521141251268192_1656785471_n.png (dostęp: 15.01.2014).

³⁰ Zob. choćby: Putin bije rekord Polaków, Kaczyński walczy z upałami. Najlepsze memy tygodnia, materiał dostępny pod adresem: <http://rozrywka.dziennik.pl/hity-internetu/galeria/435586,1,putin-bije-rekord-polakow-kaczynski-walczy-z-upalami-najlepsze-memy-tygodnia-galeria-galeria-zdjec-galeria-zdjec.html> (dostęp: 15.01.2014).

³¹ Najlepsze MEMy 2013 roku. Z tego śmiał się Internet, materiał dostępny pod adresem: <http://rozrywka.dziennik.pl/hity-internetu/galeria/446973,1,galeria-najlepszych-memow-2013-roku-galeria-zdjec.html> (dostęp: 15.01.2014).

Powyższe przykłady ilustrują zjawisko reakcji społeczeństwa sieci na bieżące wydarzenia. Jednakże owa reakcja ma jedynie charakter – mniej lub bardziej prześmiewczego – komentarza. Czy odzew internautów może mieć namacalne skutki? Czy memy mogą mieć siłę sprawczą?

Memy jako sposób protestu

Artykuł „Koniec igrania z klientami”³² pokazuje, że jest to możliwe. Jak piszą autorzy:

Kilka lat temu, zanim w sieci pojawił się fenomen serwisów społecznościowych, coś takiego byłoby niemożliwe. Ludzie nie zdołaliby tak błyskawicznie się zorganizować, pozostaliby pewnie bezradni. Co najwyżej napisaliby kilka oburzonych listów do prasy. Dziś, gdy coś im się nie podoba, nie odbijają się już od zapchanych infolinii czy formularzy. Po prostu wrzucają obrazek do sieci³³, zakładają stronę na Facebooku i – jeśli uda im się pociągnąć za sobą tysiące równie niezadowolonych klientów – są w stanie narazić marki na duże straty. I to w kilka godzin.

Podany jest nawet konkretny przykład memu. Na obrazku jest preparat Oscillococcinum. To granulki przeciwko grypie. Obok podpis: „Dobrze znany «lek» na przeziębienie o specyficznej nazwie jest tak naprawdę preparatem homeopatycznym. Jego skład to 85 proc. cukru, 15 laktozy i od 0 do 1 cząsteczki substancji czynnej w postaci wyciągu z wątroby pewnego gatunku kaczki. Do wyprodukowania wszystkich jego opakowań na świecie starczyłaby... jedna kaczka. Czyni go to najdroższym cukrem na rynku (2500 zł/kg)”. To tzw. mem. Obrazek, który od kilkunastu dni robi karierę w internecie. Nie wiadomo, kto go tam wrzucił. Niewierzący w skuteczność preparatów homeopatycznych internauta? Lekarz przekonany, że lek homeopatyczny to sprzedawanie cukru i wody? Konkurencja? Tego nie wiadomo i pewnie się już nigdy nie dowiemy. „Memy to zdecydowanie jedna z najbardziej nośnych form przekazu w internecie. W ostatnich miesiącach i latach obserwujemy dynamiczny wzrost liczby tego typu treści. Firmy powinny wykazać się szczególną czujnością w kontekście treści obrazkowych” – mówi Michał Sadowski z firmy Brand24 monitorującej marki w internecie.

Podsumowanie

Powyższy cytat potwierdza znaczenie, jakie mają współcześnie memy internetowe, ich popularność, nośność (nomen omen – przecież w świetle memetyki to właśnie my, jako użytkownicy sieci, jesteśmy nośnikami memów), dynamikę

³² P. Miączyński, L. Kostrzewski, Koniec igrania z klientami, tekst dostępny pod adresem http://wyborcza.biz/biznes/1,101562,13781028,Koniec_igrania_z_klientami.html (dostęp 15.01.2014).

³³ Wyróżnienie – K.P.

przekazu. Warto jednak zwrócić uwagę na jeszcze jedną kwestię – ściśle powiązanie z portalami społecznościowymi. Jak wspomniałem we wstępie, rozwój *social media* umożliwił popularyzację memów. Powyższe przykłady jasno pokazują, że portale społecznościowe nie tylko popularyzują, ale wręcz warunkują obecność memów w internecie. Dzieje się tak, ponieważ dopiero Sieć 2.0 wykształciła kanały przekazu na tyle klarowne i dostępne, by memy mogły być swobodnie dobierane choćby przez redaktorów serwisów, z których pochodzą przedstawiane przeze mnie galerie. Daje tu znać o sobie wspomniana przez McQuaila otwartość i dostępność sieciowej społeczności³⁴. Mówi on też o wolności słowa, jaką zapewniają nowe media, nieograniczonych możliwościach formowania opinii, promocji równości³⁵. Mechanizm powstawania i rozprzestrzeniania się memów internetowych stanowi doskonałą ilustrację tych cech. Każdy może stworzyć mem i umieścić go w internecie, jak również pomagać w rozprzestrzenianiu się innych memów. Cenzura jest niewykonalna, bo o ile stosunkowo nietrudno jest prześledzić drogę, jaką już przebył mem (ułatwiają to serwisy typu knowyourmeme.com, które zawierają ogromne bazy memów wraz ze wskazaniem na źródło, czyli stronę, na której pojawiły się po raz pierwszy, oraz indeksacją jego kolejnych mutacji), o tyle przewidzenie, kto, gdzie i kiedy *zrepostuje* obrazek, graniczy z cudem.

Internauci skwapliwie wykorzystują także równość wynikającą ze struktury sieciowej społeczności. Każdy może skrytykować każdego. Złośliwymi obrazkami częstowani są politycy od prawej do lewej strony, celebryci, sportowcy, księża i inne postaci medialne. Społeczeństwo sieci oceniane na podstawie treści memów jawi się zatem jako z gruntu egalitarne i spontaniczne. Przykład memów krytykujących prezydent Warszawy za powódź w mieście pokazuje, że wiele zdarzeń traktowanych jest powierzchownie, na zasadzie szukania winnego i operowania stereotypami. Jednocześnie internauci potrafią celnie wyśmiać nieustanne kreowanie sensacyjnej atmosfery w mediach wokół niektórych zdarzeń, jak choćby narodziny królewskiego potomka w Anglii czy też ciągłe awantury wokół katastrofy smoleńskiej.

Jednocześnie odpowiednio ukierunkowana spontaniczność i złość (na przykład przeciw koncernowi czy producentowi jakiegoś towaru) stanowi potężny kapitał marketingowy i może służyć celom komercyjnym – niekoniecznie zgodnie z zamiarami i wolą twórców memów.

Bibliografia

Źródła drukowane

- Bendyk E. (2012). *Bunt sieci*. Warszawa.
Dawkins R. (1996). *Samolubny gen*. Warszawa.

³⁴ McQuail 2007, s. 162.

³⁵ Tamże, s. 164–165.

McQuail D. (2007). Teoria komunikowania masowego. Warszawa.

Piskorz K. (2014). Wartość poznawcza memów internetowych. W: I. Hofman, D. Kępa-Figura (red.). Współczesne media: wartości w mediach, wartości mediów. Lublin.

Źródła internetowe

Biznes Ludzie Pieniądze – Wyborcza.biz, <http://wyborcza.biz/>

Deser.pl, <http://deser.pl/>

Dziennik Polska, <http://www.polskatimes.pl/>

Dziennik.pl, <http://www.dziennik.pl/>

Facebook, <http://www.facebook.com/>

Newsweek Polska, <http://www.newsweek.pl/>

STRESZCZENIE

Artykuł dotyczy memów internetowych jako specyficznej formy komunikowania w nowych mediach. Przedmiotem badań są memy komentujące wydarzenia społeczne i polityczne. Autor analizuje memy „reakcyjne”, próbując opisać ich charakter i sposób, w jaki komentują rzeczywistość. Ukazuje ewolucję, jaką przeszły memy internetowe od stereotypowych „śmiesznych obrazków z kotami” do wyraźnie odczuwalnego głosu protestu. Śledzi także drogę, jaką przebywają – od portali społecznościowych aż po galerie memów dostępne na stronach serwisów informacyjnych, również traktujących memy jako swego rodzaju internetowy *vox populi*. Przy okazji pokazuje inne funkcje, jakie mogą pełnić memy internetowe – na przykład ich wykorzystanie komercyjne.

Słowa kluczowe: internet, mem, komunikacja polityczna, serwis informacyjny