

NOWY WYMIAR PUBLICYSTYKI POLITYCZNEJ? MEMY JAKO FORMA KRYTYKI HANNY GRONKIEWICZ- -WALTZ

MAGDALENA MATEJA

PIOTR CIESIELSKI

Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu
Katedra Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej

ABSTRACT

A new dimension of political journalism? The Internet memes as a vehicle of criticism of Hanna Gronkiewicz-Waltz

The starting point for the authors of the article is the recognition of the memes – the Internet jokes – as a brand of visual journalism. Memes, like a comment, feuilleton or journalistic article, are up-to-date and biased, often acting as blunt commentary on the decisions and behavior of politicians. In the first, theoretical part of the article the authors attempt to define the meme, and present its evolution in the wider, genealogical-historical context. They look for its affinities with the satirical drawing, photomontage and caricature, devoting some consideration to the Internet' influence on the development of the classical media genres and on the creation of entirely new forms of expression. In the second part the results of the empirical, semiological research on the Internet memes concerning the politician Hanna Gronkiewicz-Waltz are presented.

Key words: Internet, meme, political communication, journalism, semiotics

Uwagi wstępne

Obszar publicystyki wizualnej, do której Andrzej Kozieł zaliczył karykaturę rysunkową, fotomontaż prasowy i plakatowy oraz rysunek satyryczny¹, należałoby poszerzyć m.in. o memy – obrazkowe żarty niezwykle popularne wśród użytkowników internetu. W niniejszym opracowaniu pragniemy wykazać, że memy, podobnie jak komentarz, felieton czy artykuł publicystyczny, są aktualne, tendencyjne, subiektywne i ze względu na krytykowany podmiot, w tym wypadku kobietę polityka, stanowią pełnoprawną publicystykę polityczną. Zakładamy, że memy ujawniają skłonność człowieka do formułowania sądów o rzeczywistości, zaspokajają potrzebę konfrontowania tychże sądów z opiniami innych, rodzą się z ambicji wywierania wpływu poprzez upowszechnianie własnych poglądów². Przyjmujemy ponadto, że nadawcy³ memów, podobnie jak autorzy werbalnych i wizualno-werbalnych form prasowych, posługują się instrumentarium retoryki, żeby uatrakcyjnić swój przekaz i uczynić go bardziej sugestywnym, skuteczniejszym.

*

W porównaniu z innymi sposobami komentowania rzeczywistości memy wyróżniają się *in plus* błyskawicznym tempem konstruowania i rozpowszechniania. Potwierdzeniem tej przewagi są reakcje „społeczności sieci” na słowa i zachowania kluczowych aktorów politycznych. W styczniu 2014 roku, nim rysownicy drukowanych tygodników opinii sięgnęli po papier⁴, może nawet po tablety graficzne, twórcy internetowych żartów zdążyli już wydrwić wicepremier Elżbietę Bienkowską, która spóźnienia składów PKP tłumaczyła surowym klimatem. Argumentacja polityk PO została zinterpretowana jako próba uchylecia się rządzących od odpowiedzialności za sposób świadczenia usług przez państwową spółkę⁵,

¹ Kozieł 2013, s. 35–44.

² Szulczewski 1976, s. 8–9.

³ Używamy określenia „nadawca”, bowiem autorów (w znaczeniu ‘twórcy’, ‘kreatorzy’) memów internetowych trudno ustalić, zważywszy na właściwości komunikacji w sieci, jak decentralizacja, brak dystansu między nadawcą a odbiorcą, anarchizm, hipertekstowość, a zwłaszcza anonimowość (!). Niemniej jednak każdy, kto selekcjonuje mem spośród innych i przesyła go określönemu odbiorcy – indywidualnemu lub zbiorowemu – staje się jego nadawcą, bierze odpowiedzialność za przekazany komunikat. Uważamy poczynienie tego zastrzeżenia za istotne, bo tożsamość nadawcy wtórnego można ustalić, a w publicystyce ślad autorstwa, zaakcentowanie podmiotowości (zob. subiektywizm ujęcia) jest niezwykle istotny.

⁴ Zob. Z ręki, intuicyjnie, niezależnie – spotkanie z Henrykiem Sawką, http://www.wszczecinie.pl/relacje_i_fotorelacje_z_reki_intuicyjnie_niezaleznie_spotkanie_z_henrykiem_sawka,id-17871.html (dostęp: 30.01.2014).

⁵ Por. misja państwowej spółki Intercity: „Zapewnienie podróżnym bezpiecznej, wygodnej i punktualnej podróży [wyróż. – M.M. i P.C.]”, <http://intercity.pl/pl/site/o-firmie/nasza-misja.html> (dostęp: 30.01.2014).

nie dziwi zatem wezbrany strumień krytycznych, często przy tym satyrycznych komentarzy wizualnych, jakimi refutowali internauci⁶.

Do polityków, z których internauci często i kreatywnie żartują, należą Donald Tusk, Antoni Maciarewicz oraz Jarosław i Lech Kaczyńscy⁷. Warto w tym miejscu odnotować, że prezydent Kaczyński był celem satyry wizualnej i werbalnej w internecie nawet w dniu swej tragicznej śmierci. Mimo zakorzenionego w naszej kulturze uważania śmierci za tabu żartowano z niego oraz okoliczności katastrofy lotniczej, w której poza prezydentem zginęło 95 osób⁸. Zachowanie internautów uzasadniałoby tezę, że różne przejawy dziennikarskiej autocenzury, różne sposoby limitowania swobody wypowiedzi, choćby ze względu na przywiązanie do społecznych norm, rytów i stereotypów⁹, odnotowujemy w mediach tradycyjnych, zwłaszcza w prasie drukowanej, podczas gdy globalna sieć zdaje się pozostawać przestrzenią nieskrapowaną komunikacji¹⁰.

*

Niniejsze opracowanie składa się z dwóch zasadniczych części: w pierwszej, teoretycznej, definiujemy mem, komentując jego genezę i właściwości w kontekście wybranych zagadnień z zakresu genologii i historii mediów masowych; druga zawiera prezentację wyników badań memów internetowych – tych konkretnie, które odpowiadały problemowi ujętemu w tytule opracowania.

Formy publicystyki wizualnej: od rysunku satyrycznego do memów internetowych

Satyra, zazwyczaj definiowana jako ośmieszanie lub piętnowanie czegoś, może celować w konkretne osoby lub obnażać ogólnoludzkie słabostki i przywary, krytykować obyczaje i zachowania społeczne. Przez karykaturę rozumie się natomiast obraz lub opis uwydatniający i wyolbrzymiający charakterystyczne cechy postaci, przedmiotów, zjawisk, aż do śmieszności; karykatura to także zdeformowana postać czegoś.

⁶ Zob. „Sorry, taki mamy klimat”. Internet kpi z Bieńkowskiej [MEMY], <http://polska.newsweek.pl/memy-z-elzbieta-bienkowska-sorry-taki-mamy-klimat-na-newsweek-pl.galeria,279230,1.html> (dostęp: 22.01.2014).

⁷ Zob. Mizerski 2014, s. 16–18.

⁸ Zob. Mateja 2014.

⁹ Szatrawska 2010, s. 237–265; por. Mateja 2012, s. 421–440.

¹⁰ Dla porównania, XIX-wieczni wydawcy i dziennikarze ponosili surowe represje z powodu wyrazistości i prześmiewczości publikowanych rysunków: w 1830 roku założyciel dziennika *La Caricature* sportretowanie króla Ludwika Filipa pod postacią Gargantuy przyplacił zatrzymaniem, a samo pismo osiągnęło „rekord” 22 zajęć w ciągu tego samego roku. Dyrektor satyrycznego dziennika *La Charivari* był z kolei ścigany za przedstawienie monarchy w postaci gruszki. Zob. Baylon, Mignot 2008, s. 170.

Wydawcy prasy zaczęli doceniać walory wizualnej odmiany satyry i karykatury już w pierwszej połowie XIX wieku¹¹. Pierwszym polskim czasopismem publikującym karykatury i rysunki satyryczne był *Motyl* (wydany w 1828 r.)¹², natomiast w wielu krajach powstały periodyki specjalizujące się w publikowaniu tego rodzaju przekazów¹³: w Wielkiej Brytanii był to *Punch* (1841), w Niemczech – *Fliegende Blätter* (1841), w Austrii – *Le Figaro* (1857), w Stanach Zjednoczonych – *Harper's Weekly* (1857)¹⁴.

Wyspecjalizowane pisma satyryczne, w których rysunek i karykatura stanowiły ważny aspekt zawartości, rozwinęły się na ziemiach polskich w ostatnich dekadach XIX wieku¹⁵, szczególną popularność zyskując w międzywojniu. Funkcjonowały także po 1945 roku, spełniały jednak swe funkcje w ograniczonym zakresie i na nowych zasadach¹⁶. W prasie PRL-owskiej satyrę polityczną – tę skumulowaną w postaci zawartości konkretnego wydania *Szpilek czy Karuzeli*, ale przede wszystkim tę rozproszoną, uobecniającą się na łamach tygodników społeczno-kulturalnych czy społeczno-politycznych – uprawiano w szczególnie sposób. Czynnikiem warunkującym jakość procesu komunikowania, w dużym stopniu wpływającym na przepustowość kanałów, treść i formę przekazów, a także na komunikacyjne zachowania nadawców i odbiorców, była cenzura instytucjonalna. W PRL za cenzurowanie odpowiadał Główny Urząd Kontroli Prasy, Publikacji i Widowisk, mający wgląd i prawo ingerencji do „wszelkiego rodzaju utworów za pomocą druku, obrazu i żywego słowa”.

Mimo istnienia kontroli prewencyjnej rządzący do pewnego stopnia tolerowali felietonistów, karykaturzystów, autorów rysunków satyrycznych (felietonów graficznych). Twórcy funkcjonowali na prawach „wentylu bezpieczeństwa”, pozwalano im krytykować bieżącą politykę w sposób implicytny. Tym samym, koncesjonując satyrę, udało się ówczesnej władzy „wypromować” oraz spou-

¹¹ Karykatura graficzna pojawiła się na łamach prasy wcześniej, w XVIII wieku (tu: pisma moralizatorskie, pisma okresu rewolucji francuskiej), jednak można przyjąć, że upowszechnienie rysunku prasowego nastąpiło w kolejnym stuleciu, na co wpłynęły zapewne standardy edytorskie, wzrost znaczenia prasy itp. Zob. Kozieł 2013, s. 40; por. Kuźmiński (b.d.).

¹² Kozieł 2013, s. 41.

¹³ Nie jest naszym celem rozsądzać, co jest rysunkiem satyrycznym, która natomiast wypowiedź zasługuje na miano karykatury. Pragniemy jednak zwrócić uwagę na niespójność definicyjną w tym względzie. Andrzej Kozieł czyni z rysunku satyrycznego „potomka” karykatury, dopatrując się różnicy między gatunkami w sposobie opracowania danej tematyki: w przypadku rysunku satyrycznego jest ono często humorystyczne. Rysunek ma być od karykatury bardziej dosłowny, rozrywkowy, „felietonowy”. Baylon i Mignot utożsamiają rysunek prasowy z karykaturą, natomiast wprowadzają rozróżnienie rysownik – humorysta, temu drugiemu przypisując tworzenie gagów, śmiesznych historii, słowem – obrazków o tematyce społeczno-obyczajowej. Rysownik z kolei, zdaniem francuskich badaczy, jest autorem komentarzy politycznych.

¹⁴ Od końca XIX wieku karykaturzyści prezentują swoje prace także w prasie codziennej. Zob. Baylon, Mignot 2008, s. 170.

¹⁵ Zob. Rysunek, [hasło w:] Słownik terminologii medialnej (2006) [wersja elektroniczna]. Por. Kuźmiński (b.d.).

¹⁶ Por. uwagi Andrzeja Kozieła na temat wykorzystania rysunków prasowych w propagandzie systemów totalitarnych; A. Kozieł 2013, s. 41.

laryzować nazwiska wielu publicystów i komentatorów życia publicznego, operujących zarówno piórem, jak i piórkiem (tu: Andrzej Krauze, Andrzej Czeczot, Henryk Sawka, Andrzej „Dudi” Dudziński, Zbigniew Jujka)¹⁷. Osobne miejsce w historii prasy polskiej zajmuje Szymon Kobyliński, rysownik związany przez dziesięciolecia z tygodnikiem *Polityka*. Na pierwszej kolumnie tego czasopisma społeczno-politycznego, zaraz pod winiętą, figurował graficzny komentarz Kobylińskiego do aktualnych wydarzeń. Jak twierdzi Andrzej Kozieł, rysunkom Kobylińskiego można przypisać rolę artykułu wstępnego, ponieważ tak jak i on sygnalizowały ogólnie jakiś problem¹⁸.

Zakładając, że działalność współczesnych polskich mediów determinuje doktryna liberalna, powinniśmy od nich oczekiwać realizacji m.in. funkcji kontrolnej. O bacznym obserwowaniu działań rządzących i piętnowaniu ich błędów, chociażby w formie karykatury, pisał Marek Raczkowski: „Rysunek satyryczny jest wypowiedzią na publiczny temat, uprawioną jak każda inna, ubraną tylko w formę graficzną. (...) Rysunek we współczesnej Polsce jest komentarzem przede wszystkim do polityki”¹⁹. Stąd wysoka, w pewnych periodykach wręcz uprzywilejowana pozycja gospodarzy rubryk felietonowych, satyrycznych itp.

Prasa, która korzysta z nowoczesnych technologii, m.in. z komputerowo wspomaganej edycji, dysponuje fotograficznymi gatunkami dziennikarskimi, takimi jak fotomontaż i fotokomiks. Fotomontaż, świadoma deformacja rzeczywistości, polega na montażu nowego zdjęcia z elementów wyodrębnionych z różnych fotografii, rysunków lub obrazów. Forma ta ma duże walory propagandowe i publicystyczne, wywołując u odbiorców różne skojarzenia za pomocą odpowiednio zestawionych obrazów wycinkowych. Technika fotomontażu bywa wykorzystywana do komponowania okładek – także okładek tygodników opinii – stanowiąc element coraz popularniejszej strategii komunikacyjnej, czyli *shockvertisingu*²⁰.

Natomiast fotokomiks jest formą łączącą w dowcipny, humorystyczny komunikat obrazy fotograficzne i słowa (zob. wypowiedzi w „dymkach” umieszczane nad głowami bohaterów przekazu). Fotokomiks odnosi się zwykle do zachowań lub wypowiedzi osób znanych, jak politycy, sportowcy czy artyści²¹. Rubrykę satyryczną tego rodzaju oferowały tygodniki opinii *Wprost* („Na skróty/Playback”) i *Polityka* („Fusy, plusy i minusy/Gadające głowy”), komentując aktualne wydarzenia na scenie politycznej.

Mimo że oferta pism satyrycznych zawierających publicystykę wizualną po przełomie społeczno-politycznym 1989 roku uległa znacznemu uszczupleniu, tra-

¹⁷ Mateja 2014; por. Kozieł 2013, s. 42.

¹⁸ Kozieł 2013, s. 39.

¹⁹ Raczkowski 2010, s. 615.

²⁰ Por. „Okładki są tu traktowane jako nośniki, których powierzchnię wykorzystuje się, zadrukowując kolażami, montażami graficznymi, wizerunkami polityków, symbolami lokowanymi w fikcyjnych kontekstach, po to, by móc nadal skutecznie rywalizować o zajmowaną dotąd na rynku pozycję w sytuacji, w której konsument zaadaptował się już do syntetycznej, trywializowanej i coraz szybszej komunikacji oraz wciąż wyrazistszych bodźców wizualnych” (Babecki 2012, s. 143–144).

²¹ Wolny-Zmorzyński 2009, s. 67–68 i in.

dycja wydawania periodyków tego typu nie zanikła. Współcześnie na lidera rynku prasy satyrycznej wywindował się antyklerykalny, brukowy tygodnik *NIE* wydawany przez Jerzego Urbana. Do pism opinii, w których komponent wizualny odgrywał znaczącą rolę, należał społeczno-kulturalny tygodnik *Przekrój*²², jednak ze względu na brak rentowności wersja drukowana pisma została w 2013 roku zawieszona. Wkrótce po tym prawa do tytułu sprzedano. Nowy właściciel postanowił, że do momentu powrotu tygodnika na rynek prasy drukowanej będzie on funkcjonował w mediach społecznościowych, prezentując materiały z własnego archiwum.

Decyzja Gremi Media o zawieszeniu *Przekroju* zdeterminowała przyszłość zawodową Marka Raczkowskiego, rysownika, który w ciągu 12 lat współpracy z pismem stał się poniekąd jego „znakiem firmowym”. Karykaturzysta, pozbawiony zajęcia w medium tradycyjnym, przeniósł swą publicystykę na platformę nowych mediów, konkretnie do portalu ogólnoinformacyjnego *Gazeta.pl*, gdzie jego prace pojawiają się trzy razy w tygodniu: w poniedziałki, środy i piątki²³. (Raczkowski przystał także na propozycję nowego właściciela *Przekroju*, dotyczącą cotygodniowego publikowania rysunków na oficjalnym fanpage’u tego pisma²⁴).

W przypadku Raczkowskiego „przebranżowienie” się nie było kwestią wolnego wyboru, co uzmysławia komentarz: „Na papierze to, wiadomo, konkret, a Internet jest taki mniej poważny”²⁵. Mimo to można pokusić się o tezę, że sieć odgrywa coraz (po)ważniejszą rolę w kreowaniu oraz dystrybuowaniu treści satyrycznych, w tym satyrycznie bądź humorystycznie nacechowanej publicystyki wizualnej. Sprzyja bowiem błyskawicznemu rozpowszechnianiu słowa, dźwięku i obrazu, także filmu, stwarzając możliwość natychmiastowego skomentowania komunikatu przez określoną społeczność.

Publicystyka wizualna zyskała wachlarz form i środków w internecie, przestrzeni funkcjonowania m.in. wyspecjalizowanych vortalu, które umożliwiają publikowanie oryginalnej twórczości, ewentualnie agregowanie zastanych treści satyrycznych, także o tematyce politycznej. Do tej grupy należą Demotywatory, Rebelianci, Politykier, Kwejk – serwisy będące w istocie „magazynami” memów²⁶. O atrakcyjności mediów społecznościowych świadczą spektakularne kariery niektórych vlogerów i e-showmanów, samorodnych sieciowych idoli, ale również fakt, że ikony satyry telewizyjnej bądź prasowej rezygnują z prezentowania treści satyrycznych w mediach tradycyjnych, zasilając nowomediałny obieg przekazów. Przykładowo, w 2012 roku autorski kanał w serwisie YouTube uruchomił Szymon

²² Por. Kozieł 2013, s. 41.

²³ Marek Raczkowski przenosi się z rysunkami na *Gazeta.pl*, <http://www.wirtualnemedi.pl/artykul/marek-raczkowski-przenosi-sie-z-rysunkami-na-gazeta-pl> (dostęp: 29.01.2014).

²⁴ Marek Raczkowski wraca do „Przekroju”. Na razie rysunki w internecie, <http://www.wirtualnemedi.pl/artykul/marek-raczkowski-wraca-do-przekroju-na-razie-rysunki-w-internecie> (dostęp: 29.01.2014).

²⁵ Żakowska 2013, s. 10.

²⁶ Definicje memów oraz wyjaśnienie ich struktury i funkcji – w dalszej części opracowania.

Majewski, satyryk i showman związany niegdyś ze stacją TVN²⁷. Poza Raczkowskim dla portalu Agory rysuje Andrzej Milewski²⁸: od listopada 2013 roku jego prace mają własną sekcję na Wyborcza.pl i pojawiają się na stronie głównej serwisu, można je też oglądać na facebookowym profilu *Gazety Wyborczej*. Milewski komentuje najpopularniejsze tematy medialne, wydarzenia polityczne i zjawiska społeczne, a co ważne, swoją pozycję budował nie w medium tradycyjnym, tylko w sieci (zob. andrzejrysuje.pl). Obecni i aktywni w internecie są od pewnego czasu nawet renomowani autorzy felietonów graficznych w tygodnikach opinii, jak Andrzej Mleczo czy Henryk Sawka; ich prace można oglądać na stronach WWW konkretnych periodyków lub w autorskich galeriach internetowych.

*

Formą komunikowania szczególnie popularną w przestrzeni nowych mediów stał się mem. Pojęcie to zostało ukute przez Richarda Dawkinsa, autora książki „Samolubny gen”, wydanej po raz pierwszy w 1976 roku. Nazwa „mem” jest derywowana od słowa „pamięć” (ang. *memory*), co sugeruje trwałość przenoszonych przez mem znaczeń. Stanowi on kulturowy odpowiednik genu: pełni rolę replikatora, nośnika informacji. Dalsze podobieństwa między memem a genem dotyczą kwestii zdolności do mutacji, a nawet samopowieliania się zgodnie z zasadami doboru naturalnego. Przykładami memów są, zdaniem Dawkinsa, rozpowszechnione masowo treści, m.in. melodie, fasony ubrań, obiegowe zwroty oraz sposoby lepienia garnków itp.²⁹ Mem jest „wirusem umysłu” również w ujęciu Richarda Brodiego. Badacz zwrócił uwagę na fakt, że samo rozpowszechnienie treści kulturowych, nawet na milionach nośników, nie tworzy jeszcze nowego memu, kluczowy jest bowiem aspekt zakotwiczenia memu w umysłach ludzi³⁰. Podsumowując, za mem – w klasycznym rozumieniu terminu – należy uznać porcję informacji, jej mentalne wyobrażenie, konstrukt myślowy w oderwaniu od jego materialnego nośnika.

Mem internetowy to specyficzna odmiana memu. Mimo że nie posiada on wszystkich cech, jakie wylicza Dawkins, to spełnia kluczowy warunek wirusowego rozprzestrzeniania się wśród odbiorców, jest ponadto długowieczny oraz łatwo ulega mutacjom³¹. Zdefiniowanie memu nastęrcza pewnych trudności, jednak ze względu na ograniczoną objętość niniejszego opracowania jesteśmy zmuszeni zawęzić rozważania z tego zakresu do niezbędnego minimum. Przykładowo, Łukasz Babel pod pojęciem internetowego memu rozumie „po prostu coś, co szybko zdobywa popularność, podlega powielaniu dzięki blogom i komunikatorom,

²⁷ Por. Sojka (b.d.).

²⁸ Zob. rubryka [Andrzejrysuje.pl](http://andrzejrysuje.pl) dla Wyborcza.pl, <http://wyborcza.pl/0,135334.html> (dostęp: 30.01.2014).

²⁹ Dawkins 2007, s. 146.

³⁰ Brodie 2009, s. 2–3.

³¹ Dawkins 2007, s. 146.

a niekoniecznie jest nośnikiem informacji kulturowej³². Nieco inaczej mem jako internetowy fenomen postrzega Magdalena Kamińska; jej zdaniem określenie „mem internetowy” jest „potocznie używane przez internautów na oznaczenie popularnego semiotycznego kompleksu transmitowanego *via* ICT7, najczęściej w funkcji tak zwanego żartu internetowego³³. Powyższe ujęcie można określić mianem definicji *sensu largo*, jako że obejmuje ona zarówno teksty, pliki audio, jak i kompozycje graficzne, filmy. Na potrzeby poniższej analizy zawężiliśmy zakres znaczeniowy terminu „mem” do przekazu wizualno-werbalnego o charakterystycznej kompozycji: w górnej i/lub dolnej części komunikatu znajduje się napis-komentarz do zdjęcia (lub fotomontażu), zapisany najczęściej czcionką sans serif w kolorze białym³⁴. Należy tu dodać, że definicja memu *sensu stricto* odpowiada potocznemu rozumieniu tego pojęcia przez internautów.

Krytyka działalności Hanny Gronkiewicz-Waltz jako prezydent Warszawy

Prof. dr hab. Hanna Gronkiewicz-Waltz zaczynała karierę w 1975 roku jako pracownik naukowy Uniwersytetu Warszawskiego, z którą to uczelnią jest związana zawodowo do dzisiaj. W 1992 roku została prezesem Narodowego Banku Polskiego, pełniąc tę funkcję przez ponad osiem lat, następnie objęła posadę wiceprezesa Europejskiego Banku Odbudowy i Rozwoju (2001–2005). We wrześniu 2005 roku uzyskała mandat posła na Sejm RP. Od kilku lat piastuje funkcję wiceprzewodniczącej Platformy Obywatelskiej, w październiku 2013 roku stanęła na czele mazowieckich struktur swej partii. Po raz pierwszy na stanowisko prezydenta Warszawy została wybrana w 2006 roku. Walcząc o reelekcję w 2010 roku, zdobyła prawie 54% głosów i objęła urząd po raz drugi³⁵. W styczniu 2014 roku ogłosiła, że stanie do wyborów na prezydenta Warszawy po raz trzeci³⁶. Zadeklarowała przy tym, że jej decyzja o kandydowaniu wyrasta z inspiracji burmistrzem Nowego Jorku, Michaeliem Bloombergiem³⁷, politykiem stanowczym i autonomicznym, działającym często wbrew opinii publicznej, który przez trzy kadencje skutecznie i efektywnie zarządzał amerykańską metropolią, m.in. w krytycznym dla miasta okresie ataków terrorystycznych na budynki WTC.

Oficjalny biogram prezydent Warszawy pomija fakt, że ciesząc się poparciem części Zjednoczenia Chrześcijańsko-Narodowego i innych organizacji konserwatywnych, startowała ona bez powodzenia w wyborach prezydenckich 1995 roku.

³² Babel (b.d.).

³³ Kamińska 2011, s. 61.

³⁴ Tamże, s. 67.

³⁵ Hanna Gronkiewicz-Waltz – rys biograficzny, http://bip.warszawa.pl/Menu_podmiotowe/Prezydent/rys_biograficzny.htm (dostęp: 29.01.2014).

³⁶ Zob. Wojtczuk (b.d.).

³⁷ Zob. Michael Bloomberg, <http://ludzie.wprost.pl/sylwetka/Michael-Bloomberg/> (dostęp: 30.01.2014).

W pierwszej turze kandydatka uzyskała siódmy, przedostatni wynik (oddano na nią zaledwie 2,8% głosów³⁸), co specjaliści tłumaczą m.in. niespójnością wizerunku. Jedną z pierwszych jego analiz zaprezentowała Agnieszka Graff i jakkolwiek uczyniła to z pozycji jawnie feministycznych, ponadto w tonie krytyczno-publicystycznym, spostrzeżeniom autorki „Świata bez kobiet” trudno odmówić racji. Kandydatkę promowało hasło: „Zaopiekujmy się Polską”, co miało być swoistym hołdem dla stereotypu Matki Polki, który wyraźnie determinuje polską obyczajowość. Na pozostałe komponenty wizerunku politycznego kandydatki złożyły się: naśladowanie stylu bycia i rządzenia Margaret Thatcher oraz rys „delikatności niewieściej” mający złagodzić, zrównoważyć „żelazność” i bezkompromisowość nadwiślańskiej Iron Lady³⁹. Do podobnych spostrzeżeń, tyle że uzyskanych w trybie badań *stricte* naukowych, doszła Sylwia Radlak, która odniosła wizerunek Hanny Gronkiewicz-Waltz do typologii ugruntowanej w nauce o polityce.

Po niefortunnym starciu w wyborach prezydenckich Gronkiewicz-Waltz zdecydowanie starannie, bardziej jednoznacznie kreowała swój wizerunek, w czym dopomogło jej zapewne objęcie eksponowanych, odpowiedzialnych posad w sektorze finansowym. Zarządzanie wielkimi, strategicznymi instytucjami zapewniło jej ekspercki sznyt. Do cech charakterystycznych dla wizerunku eksperta należą: skrupulatność, wiarygodność, wyważenie i rzetelność. Działania polityka-eksperta określa się mianem rzeczowych i skutecznych, a on sam uznawany jest za osobę kompetentną i odpowiedzialną, tudzież za chłodnego analityka, który racjonalność swoich decyzji i czynów tłumaczy bezpartyjnością, wręcz apolitycznością⁴⁰. Pozytywne zmiany w wizerunku Gronkiewicz-Waltz po 2001 roku odnotowała także Agnieszka Graff, pisząc nie bez satysfakcji, że „kobiecość polityczna” liderki PO nadal bazuje na pewnym zasobie wartości tradycyjnych, jednak nie stanowi już antytezy feminizmu, faktora wyraźnie akcentowanego w kampanii z 1995 roku. Zmianę wizerunkową wyrazili i poniekąd utrwalili autorzy publikacji prasowych, którzy pisząc o Gronkiewicz-Waltz, najczęściej używali określeń: „silna», «mądra», «odpowiedzialna», «niezależna», «wiarygodna»”⁴¹.

*

Przeanalizowane przez nas memy pochodzą z serwisów pej.cz, gadzetaomania.pl, se.pl, deser.pl. Dobór materiałów do analizy był celowy: wyszukiwaliśmy memy odnoszące się do Hanny Gronkiewicz-Waltz jako prezydent Warszawy. Wyselekcjonowane komunikaty przyporządkowaliśmy do jednej z dwóch kategorii: 1) memów „incydentalnych”, które stanowiły reakcję internautów na konkretne wydarzenia; 2) memów „uniwersalnych”, które dotyczyły głównie wizerunku prezydent Warszawy, nie odnosząc się do jej partykularnych decyzji bądź aktu-

³⁸ Wilimborek (b.d.).

³⁹ Graff 2008, s. 82.

⁴⁰ Radlak 2011, s. 42–44.

⁴¹ Graff 2008, s. 91.

alnych zdarzeń z nią związanych. Ze względu na właściwości memów „uniwersalnych” (nie spełniają istotnego w publicystyce warunku aktualności) oraz ich niewielką liczbę odstępiliśmy od analizy, uważając, że komunikaty te zasługują na odmienne ujęcie i odrębne opracowanie.

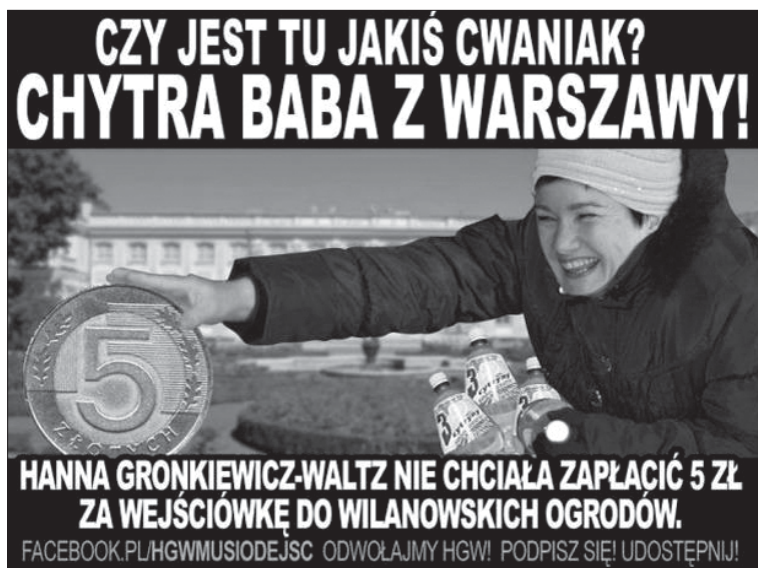
Memy „incydentalne” poddaliśmy ponownej klasyfikacji, kierując się kryterium tematyki; w ten sposób powstały trzy kategorie szczegółowe, które określiliśmy etykietami „skąpstwo”, „referendum”, „infrastruktura”. Pierwsza grupa memów odnosi się do incydentu w ogrodach wilanowskich. Gronkiewicz-Waltz wybrała się ze znajomymi do pałacu w Wilanowie; po obejrzeniu wystawy poświęconej odsieczy wiedeńskiej postanowiła zwiedzić ogrody, a gdy strażnik uwarunkował wpuszczenie jej na ww. teren wykupieniem biletu w cenie 5 zł, prezydent Warszawy zagroziła interwencją u dyrektora obiektu. Strażnik uległ wprawdzie perswazji, jednak o niezręcznej sytuacji poinformował przełożonego; z kolei prezydent Warszawy zatelefonowała do urzędującego ministra kultury i poinformowała go, że organizacja wilanowskiego muzeum wymaga poprawy. Kompozycje memów drugiej kategorii są świadectwem poglądów internautów na temat referendum w sprawie odwołania Hanny Gronkiewicz-Waltz z funkcji prezydenta stolicy oraz ich opinii o ostatecznych wynikach głosowania. Trzecią grupę memów stanowią komentarze do inwestycji w warszawską infrastrukturę, zaprojektowanych i/lub zarządzanych przez ekipę Gronkiewicz-Waltz; do tej kategorii należą przedstawienia budowy metra, awarii i blokad ciągów komunikacyjnych spowodowane niekorzystnymi warunkami pogodowymi, np. gwałtownymi opadami deszczu, wreszcie medialnych porażek prezydent powiązanych z ww. wątkami.

Szczegółowej analizie semiotycznej⁴² poddaliśmy po jednym memie, reprezentatywnym dla danej kategorii. Badania zorientowane semiotycznie pozwalają na odczytanie konotowanych treści przekazu, ukrytych za fasadą słów lub obrazów, a zwłaszcza fotografii. Stosuje się ją w celu odszukania zawartych w komunikacie znaczeń kulturowych, ideologii i zakodowanych wartości. W badaniach pozostałych memów posłużyliśmy się metodami: semiotyczną i analizą treści, co obrazuje tabela denotacji i konotacji. Kompozycja i rola, jaką odgrywa mem jako komunikat, czynią z niego strukturalno-funkcjonalnego „kuzyna” karykatury i fotomontażu w prasie drukowanej. Stąd też w analizach semiotycznych zwracaliśmy uwagę na takie składowe memów, jak: fizjonomia i figuracja postaci; rodzaj przedstawianego epizodu; rodzaj symbolu lub rekwizytu użytego w montażu; kolorystyka; pre-tekst, czyli komunikat, do którego mem się odwołuje itp.⁴³

⁴² Zob. Lisowska-Magdziarz 2006.

⁴³ Por. Kozieł 2013, s. 38.

Rysunek 1. Przykładowy mem z kategorii „skąpstwo”



Mem jest pre-tekstowy, konceptualnie opiera się na postaci „chytrej baby z Radomia”, tj. bohaterki memu funkcjonującego w internecie od grudnia 2012 roku. Wtedy to radomski ratusz zorganizował spotkanie wigilijne dla najuboższych mieszkańców swego miasta, przeznaczając dla nich darmową żywność i napoje, m.in. popularny napój „Trzy cytryny”. Po dary sięgnęli nie tylko potrzebujący, ale także pazerni i zaradni. W tej drugiej grupie znalazła się pewna kobieta, która trzykrotnie przepychała się w stronę zastawionych stołów, zagarniając kolejne butelki z napisem „Trzy cytryny”. Jej działania zarejestrował jeden z internautów, upublicznił film w sieci, a komunikat ten został wkrótce przetworzony w formę memu, stając się symbolem skąpstwa i pazerności.

Skojarzenie Gronkiewicz-Waltz z mieszkanką Radomia uzyskano za pomocą kilku zabiegów. Literalne nawiązanie widoczne jest przede wszystkim w konstrukcji językowej „chytra baba z Warszawy”. Drugim elementem znaczącym memu, akcentującym intertekstualność, jest fotomontaż, który polega na doklejeniu twarzy prezydent Warszawy do sylwetki „chytrej baby z Radomia”. Najczęściej grafiki tego rodzaju charakteryzuje prosta konstrukcja i operowanie niedopowiedzeniami, w tym jednak wypadku autor komunikatu zadbał o maksymalną komunikatywność. Obraz składa się z pięcioelementowej warstwy graficznej oraz trójskładnikowej warstwy tekstowej. Na część wizualną składa się typografia tekstów, tło (zdjęcie ogrodu wilanowskiego), sylwetka mieszkanki Radomia, twarz prezydent Warszawy oraz pięciozłotówka. Po pierwsze, „gęsto” skomponowany mem streszcza historię, do której się odnosi, przedstawia miejsce komentowanej akcji w formie tła. Po drugie, przez zmontowanie z dwóch aktorek jednej postaci

autor memu ukierunkował interpretację odbiorcy, niejako wymusił dostrzeżenie relacji podobieństwa. Następstwem tej operacji jest przeniesienie dezaprobaty, jaką powszechnie rodzi chytryść i pazerność, cech symbolizowanych przez „chytrą babę z Radomia”, na osobę prezydent Warszawy.

Nienaturalnie wielka moneta pięciozłotowa również konotuje skąpstwo i chciwość (por. frazeologizm „drobna kwota”). Wyolbrzymienie służy przekonaniu odbiorcy, że dla zamożnej prezydent Warszawy pięciozłotówka ma nazbyt wielką wartość... Sens użycia symbolu pięciozłotówki należy ponadto rozpatrywać przez pryzmat intertekstualności, która cechuje wiele memów – za pomocą haseł i symboli odwołują się one często do innych memów lub tekstów kultury popularnej niebędących memami. Pytanie „Czy jest tu jakiś cwaniak?” pochodzi z filmu „Chłopaki nie płaczą” (reż. Olaf Lubaszenko, 2000). W fabule tej komedii pada ono za każdym razem, gdy negatywni bohaterowie usiłują wyłudzić od kogoś pieniądze. Odmowna odpowiedź skutkuje zagarnięciem przez agresorów pięciozłotówki, natomiast twierdząca oznacza utratę znacznie wyższej kwoty. Przez analogię autor wydobyl zapowiedź wysokich kosztów politycznych, na jakie naraża się „chytra baba z Warszawy”.

Rysunek 2. Przykładowy mem z kategorii „referendum”



Referendum w sprawie odwołania Hanny Gronkiewicz-Waltz z urzędu prezydenta miasta stołecznego Warszawa budziło emocje w skali kraju. O politycznych grach, m.in. o nakłanianiu do (nie)głosowania, obficie informowały media ogólnopolskie. Memy, które stały się częścią tego dyskursu, w większości ewokowały negatywne emocje wobec Gronkiewicz-Waltz.

Semantyczny szkielet memu opiera się na postaci Wuja Sama, który stał się ikoną nawołującą do wybranych obywatelskich aktywności, m.in. do opowiedzenia się po jakiejś stronie. Podobnie jak w przypadku memu „Chytra baba z Warszawy”, także tutaj centralną postać kompozycji wyposażono w fizys Hanny Gronkiewicz-Waltz, poważny wyraz twarzy Wuja Sama zastępując jednak radosnym, uśmiechniętym obliczem prezydent Warszawy. Uśmiech ten – pełny i szeroki – analizowany w kontekście napisu „nie idź na referendum, bo zostanę ministrem finansów i wtedy się z tobą policzę”, nabiera charakteru szyderstwa, groźby, manifestacji przewagi.

Uśmiech „wyższości” gości także na twarzach aktorów drugoplanowych: Donalda Tuska i Jacka Rostowskiego, którzy niczym duchy lub demony wspierają główną postać kompozycji. Nieostre sylwetki premiera i ministra finansów sugerują, że wprawdzie nie oni są bohaterami komentowanego wydarzenia, jednak trwale i skutecznie wpływają na konkretną sytuację, jak również na pozostałe działania prezydent Warszawy (por. frazeologizm „stać za czyimiś plecami”). Ponadto obaj mężczyźni gestykują w sposób kojarzący się z manipulowaniem (zaplatanie palców, składanie dłoni w tzw. piramidkę). Figuracja postaci oraz różnicowanie ostrości obrazu wskazują na hierarchię władzy w PO, a zwłaszcza na nieautonomiczny status Hanny Gronkiewicz-Waltz jako polityka.

Znacząca wydaje się także kolorystyka memu. Połączenie barwy czerwonej z niebieską łatwo odczytać jako odwołanie się do kolorów państwowych Stanów Zjednoczonych, skąd pochodzi postać Wuja Sama, zestawienie kolorów czerwonego i żółtego odnosi się natomiast do flagi Warszawy. Dzięki grze kolorów autorowi memu udało się podkreślić związki między postacią Wuja Sama a Hanną Gronkiewicz-Waltz.

Mniej istotna wydaje się gra słów „zostanę ministrem finansów i wtedy się z tobą policzę”. Takie zestawienie zapowiada represje nie w formie przemocy fizycznej (na co mógłby wskazywać agresywny, dominujący gest Gronkiewicz-Waltz wystylizowanej na Wuja Sama; por. angielski idiom *finger-pointing*⁴⁴), ale sankcje ekonomiczne. Autor memu odniósł się najwyraźniej do sektora finansów, z którym prezydent Warszawy była niegdyś związana. Banki i instytucje finansowe kojarzą się zazwyczaj negatywnie, zwłaszcza w dobie globalnego kryzysu; również przywołana konstrukcja językowa konotuje mściwość i skąpstwo.

Kluczowa pod względem semantycznym jest przewrotność memu, mamy bowiem do czynienia z komunikatem *à rebours*, domagającym się odczytania

⁴⁴ Wskazywanie winy, sugerowanie, że ktoś powinien się za coś wstydzić. Zob. <http://www.thefreedictionary.com/finger-pointing> (dostęp: 30.01.2014).

„w poprzek” perswazji głównej bohaterki. Poza swoistym *retorsio argumenti* w strukturze wyzyskano efekt kontrastu: powaga kontra szyderczy śmiech oraz zachęta do głosowania, do bycia aktywnym kontra bierność, rezygnacja z obywatelskich praw. Obnażając antypatyczność i nieautonomiczność prezydent Warszawy, autor mem-u nie zniechęca warszawiaków do głosowania w referendum, przeciwnie – postuluje ich aktywność.

Rysunek 3. Przykładowy mem z kategorii „infrastruktura”



Bogaty w symbole mem ilustruje irracjonalność sytuacji, w jakiej znalazła się prezydent Warszawy. W wyniku nagromadzenia negatywnych emocji wokół Gronkiewicz-Waltz część opinii społecznej obarczyła ją odpowiedzialnością za... złe warunki pogodowe oraz ich skutki. Twarz polityk PO tym razem została zmontowana z postacią kajakarza. Jej szeroki uśmiech po raz kolejny konotuje negatywne emocje, oto bowiem bohaterka mem-u sprawia wrażenie zadowolonej, że „metro stało, komunikacja stała”. Poza radosną twarzą bohaterka prezentuje także humor językowy, puentując dowcipnie: „dobrze się powodzi

Tabela 1. Wyniki analizy memów stanowiących krytykę Hanny Gronkiewicz-Waltz jako prezydent Warszawy

Denotacja: znak/symbol/rekwizyt	Konotowane emocje i wartości
Gest zagarniania Odwołanie do memu „Chytra baba z Radomia” Pięciozłotówka	skąpstwo, pazerność, przaśność, skłonność do przekupstwa, oczekiwanie na zapłatę
Figuracja i charakteryzacja postaci budząca skojarzenia z serialem „Czterdziestolatek”	zgrzebność, bylejakość
Odzież ochronna w kolorze jaskrawożółtym	cynizm i jad
HGW w grupie: wyraźnie przoduje, na innym planie niż pozostałe postacie	ambicja, potrzeba dominacji, odizolowanie
Kolorystyka i konwencja stroju HGW (czarny elegancki płaszcz, niebieski szal)	brak emocji, chłodny profesjonalizm, obojętność
HGW wystylizowana na lecącego Supermana	atak, siła, destrukcja, śmieszność
Śmietnik z napisem „Tu wrzuc HGW”	pogarda, niechęć
Zdjęcie prezydent Warszawy w stroju strażników miejskich oraz napis „Mniej mandatów! Bo nam odbiorą mandat w referendum!”	oportunizm, populizm, wyrachowanie, strach, służbistość, odizolowanie od obywateli, pragnienie władzy
Zdjęcia negatywnie odbieranych postaci, historycznych i fikcyjnych (Stalin, Hannibal Lecter, Katarzyna Waśniewska, Osama bin Laden...) wraz z napisem „oni nie pójda na wybory”	brak sumienia, skłonność do czynienia zła
Zdjęcie śmiejącej się HGW z podpisem „Jahrek znowu przegrałeś”	poniżenie, pogarda, małostkowość, satysfakcja, drwina, pycha, wada wymowy
Gest wyciągania czegoś z kieszeni w obecności HGW	przekupstwo, korupcja
Ujęcia twarzy/głowy HGW: lekko uniesiona, powieki przymknięte, żuchwa wysunięta do przodu i zarazem lekko uniesiona, pełen uśmiech z wyraźnie odsłoniętymi zębami, ściągnięte brwi...	brak szczerości, pycha, szyderstwo, sztuczność, srogość i gniewność

warszawiakom”. Z nastrojem prezydent stolicy kontrastują obrazy autobusu porwanego przez wodę oraz aut – zalanych lub unieruchomionych w korkach. Napis „ZTM” (skrótowiec nazwy Zarząd Transportu Miejskiego) na kajaku to żartobliwa sugestia, że w Warszawie należałoby korzystać ze środków transportu wodnego, nie z metra, tramwajów czy autobusów. Zalane metro obrazuje litera „M”, znak jest jednak ułożony z czterech butelek, co najpewniej stanowi nawiązanie do frazeologizmu „zalać się” (‘nadużyć alkoholu’, ‘być nietrzeźwym’). Choć mem został ujęty w kategorii „infrastruktura”, to jego symbolika nawiązuje także do tematu referendum. Świadczy o tym nie tylko adres źródła memu (facebook.pl/HGWMusiOdejsc), ale również wykrzyknienie „HGW popłynie”. Tę potoczną konstrukcję można odczytać jako zapowiedź opuszczenia przez nią zajmowanego stanowiska.

Podsumowanie

Autorzy memów z powodzeniem sięgają po instrumentarium retoryki, będące w zasięgu „rasowych” publicystów. Wyzyskują w celach perswazyjnych kontrast, amplifikację, analogię, ironię, szyderstwo, gry językowe, aluzję, cytaty wizualny (szerzej: dialog z tekstami kultury), porównanie, symbol, hiperbolę, dowcipne puenty zawierające się w warstwie tekstowej – wszystko po to, by odbiorców swojej twórczości zaintrygować, rozbawić, wreszcie przekonać.

Memy poddane analizie zdradzają poglądy kreatorów memów: są oni bez wyjątku krytyczni wobec poczynań prezydent Warszawy, niechętni jej stylowi rządzenia, podważają wizerunek ekspertki, wytykają nieporadność, brak kompetencji, brak empatii, podległość wobec partyjnych liderów i pogardę dla podwładnych. Internauci przypuszczają ataki nie tylko na czyny i decyzje, także na osobę – w nagromadzeniu niekorzystnych ujęć Hanny Gronkiewicz-Waltz można się dopatrzeć wizualnej odmiany *argumentum ad personam*. Jednocześnie trudno ustalić, jaką ideologią kierują się twórcy memów oraz jakie są ich sympatie partyjne. Zdecydowanie łatwiej zidentyfikować komponenty światopoglądu tej grupy nadawców, którzy „infekują” się danym memem, „łapią” internetowy żart niczym katar, żeby dystrybuować go w sieci, adresując przekaz tylko do znajomych lub upubliczniając na znacznie szerszą skalę. Podatność na konkretny „wirus umysłu” zależy niewątpliwie od przekonań politycznych nadawcy wtórnego, a dyskusje, jakie wzniesą memy rozpowszechniane na Facebooku czy na blogach, to kolejny dowód na publicystyczność tego sposobu komentowania rzeczywistości.

Bibliografia

- Andrzejrysuje.pl dla Wyborcza.pl, <http://wyborcza.pl/0,135334.html>.
- Babecki M. (2012). Wizualna metafora czy shockvertising? Okładka prasowa jako medium w komunikowaniu politycznym na przykładzie polskich tygodników prestiżowych. W: J. Golinowski, A. Laska (red.). *Odsłony współczesnej polityki*. Bydgoszcz.
- Babel L. (b.d.). Znaj swoje memy, <http://motywdrogi.pl/2010/03/15/znaj-swoje-memy/>.
- Baylon Ch., Mignot X. (2008). *Komunikacja*. Kraków.
- Brodie R. (2009). *Virus of the Mind. The New Science of the Meme*. Seattle.
- Dawkins S. (2007). *Samolubny gen*. Warszawa.
- Graff A. (2008). Świat bez kobiet. Płeć w polskim życiu publicznym. Warszawa.
- Hanna Gronkiewicz-Waltz – rys biograficzny, http://bip.warszawa.pl/Menu_podmiotowe/Prezydent/rys_biograficzny.htm (dostęp: 29.01.2014).
- Kamińska M. (2011). Niecne memy. Dwanaście wykładów o kulturze Internetu. Poznań.
- Kozieł A. (2013). Publicystyka wizualna w prasie: karykatura, rysunek satyryczny, fotomontaż. W: K. Wolny-Zmorzyński i in. (red.). *Komunikacja wizualna w prasie i w mediach elektronicznych*. Warszawa.
- Kuźmiński M. (b.d.). Prasa satyryczna i humorystyczna w XIX i XX w., http://www.reporterzy.info/224,prasa_satyryczna_i_humorystyczna_w_XIX_i_XX_wieku.html.
- Lisowska-Magdziarz M. (2006). Dyskurs – semiotyka – wspólnota interpretacyjna. W stronę modelu zintegrowanego instrumentarium badań nad zawartością mediów (zaproszenie do dyskusji). *Global Media Journal – Polish Edition*, nr 1.
- Marek Raczkowski przynosi się z rysunkami na Gazeta.pl, <http://www.wirtualnemedial.pl/artykul/marek-raczkowski-przynosi-sie-z-rysunkami-na-gazeta-pl>.
- Marek Raczkowski wraca do „Przekroju”. Na razie rysunki w internecie, <http://www.wirtualnemedial.pl/artykul/marek-raczkowski-wraca-do-przekroju-na-razie-rysunki-w-internecie>.
- Michael Bloomberg, <http://ludzie.wprost.pl/sylwetka/Michael-Bloomberg>.
- Raczkowski M. (2010). Śmiech z rysunku, który załamuje. W: A. Skworz (red.). *Biblia dziennikarstwa*. Warszawa.
- Radlak S. (2011). Wizerunek kobiet w polityce. Przypadek polskich kampanii wyborczych. Praca dyplomowa napisana pod opieką prof. dra hab. M. Jezińskiego na kierunku politologia UMK. Toruń.
- Słownik terminologii medialnej (2006). Kraków [wersja elektroniczna].
- Mateja M. (2014). Satyra polityczna w mediach. Wolność słowa a tabu śmierci. W: M. Jeziński, M. Mateja, Ł. Wojtkowski (red.). *W nowomediach przestrzeni – dziennikarze, celebryci, politycy*. Toruń.
- Mateja M. (2012). O zmarłych tylko dobrze? Pośmiertny wizerunek Lecha Kaczyńskiego a problem wolności prasy. W: D. Degen, M. Żynda (red.). *Nie po myśli władzy. Studia nad cenzurą i zakresem wolności słowa na ziemiach polskich od wieku XIX do czasów współczesnych*. Toruń.
- Mizerski S. (2014). Nigdy nie mów sorry. *Polityka*, nr 5.
- Sojka M. (b.d.). Szymon Majewski z sukcesem na YouTube, <http://www.wirtualnemedial.pl/artykul/maciej-sojka-szymon-majewski-z-sukcesem-na-youtube>.
- „Sorry, taki mamy klimat”. Internet kpi z Bienkowskiej [MEMY], <http://polska.newsweek.pl/memy-z-elzbieta-bienkowska-sorry-taki-mamy-klimat-na-newsweek-pl,galeria,279230,1.html>.
- Szatrawska I. (2010). Dyskretny urok zakazanego. Tabu w mediach. W: W. Godzic (red.). *Media audiowizualne*. Warszawa.
- Szulczewski M. (1976). *Publicystyka. Problemy teorii i praktyki*. Warszawa.

- Wojtczuk M. (b.d.). Warszawa jak Nowy Jork? Prezydent zainspirowana Bloombergiem, http://wyborcza.pl/1,75248,15352373,Warszawa_jak_Nowy_Jork__Prezydent_zainspirowana_Bloombergiem.html (dostęp: 29.01.2014).
- Wolny-Zmorzyński K. (2009). Jaka informacja? Rzecz o percepcji fotografii dziennikarskiej. Kraków.
- Wilimborek K. (b.d.). Wybory prezydenckie w 1995 roku, <http://www.infor.pl/prawo/wybory/prezydenckie/205281,Wybory-prezydenckie-w-1995-roku.html>.
- Z ręki, intuicyjnie, niezależnie – spotkanie z Henrykiem Sawką, http://www.wszczecinie.pl/relacje_i_fotorelacje,z_reki_intuicyjnie_niezaleznie_spotkanie_z_henrykiem_sawka,id-1787.
- Żakowska M. (2013). Zostało panu pięć minut życia (rozmowa z Markiem Raczkowskim). *Przekrój*, nr 39.

STRESZCZENIE

Punktem wyjścia dla autorów artykułu jest uznanie memów, internetowych żartów, za odmianę publicystyki wizualnej. Memy, podobnie jak komentarz, felieton czy artykuł publicystyczny, są aktualne i tendencyjne, często stanowiąc dosadny komentarz do decyzji i zachowań polityków. W pierwszej, teoretycznej części tekstu autorzy definiują mem oraz pokazują jego ewolucję na szerszym, genologiczno-historycznym tle. Wiążą go m.in. z rysunkiem satyrycznym, fotomontażem i karykaturą, część rozważań poświęcając wpływowi internetu na rozwój klasycznych gatunków medialnych oraz na kreowanie w sieci nowych form wypowiedzi. Część druga zawiera prezentację wyników badań. Autorzy analizują żarty internetowe poświęcone działaniom Hanny Gronkiewicz-Waltz, posługując się instrumentarium semiotyki.

Słowa kluczowe: internet, mem, komunikacja polityczna, publicystyka, semiotyka