

Magdalena Pataj

Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie

ORCID: 0000-0003-1578-8075

Postawy internautów wobec szczepionek w dobie pandemii na przykładzie wybranych memów internetowych

Streszczenie

Celem artykułu było określenie, jakie postawy wobec szczepionek przejawiają użytkownicy sieci w dobie pandemii. Przyjęto, że działania internautów mieszczą się w założeniach o aktywności użytkowników mediów, memy internetowe zaś są jednym ze sposobów manifestacji stosunku nadawców do określonych kwestii. W artykule skupiono się na teoriach aktywnego użytkownika mediów, przybliżono także zagadnienie memów internetowych jako kluczowej jednostki w prowadzonym badaniu. Materiałem do badań były komunikaty opublikowane na portalu Demotywatory.pl, które poddano analizie zawartości. Zebrany materiał podzielono ze względu na związek z koronawirusem. Następnie poszukiwano odpowiedzi na pytania o postawy internautów – czy są zwolennikami, czy przeciwnikami szczepień, skupiono się także na wydziwisku poszczególnych przekazów. Uzyskane wyniki pozwalają na określenie stosunku wybranej grupy do problemu szczepień, uświadamiają ponadto, że często kwestie zdrowotne są przyczynkiem do szerszej dyskusji (krytyki) na płaszczyźnie komunikowania politycznego.

Słowa kluczowe: szczepionki, memy internetowe, prosument, pandemia, komunikowanie o zdrowiu.

The Attitudes of Internet Users to Vaccines During the Pandemic on the Basis of Selected Memes

Abstract

The aim of this article is to discuss the attitudes exhibited by internet users to vaccines during the pandemic. It is assumed here that the activities of internet users fall within the general category of the activity of media users, while memes are a way to manifest the users' attitude to specific issues. The article employs the active audience theory and elaborates on the phenomenon of internet memes as a key category of research. The research material comprises messages posted on Demotywatory.pl that are subject to content analysis. The material is first categorized on the basis of its connection to the COVID-19 pandemic. Subsequently, the internet users' attitudes are determined – whether they support or reject vaccinations – and the implications of particular messages are analysed. The research results make it possible to pinpoint the attitude of a given group to the issue of vaccination. Further, they show that health issues are often a starting point for a broader discussion (and critique) on the level of political communication.

Keywords: vaccines, memes, prosumer, pandemic, health communication.

Wprowadzenie

Internet jest skomplikowaną płaszczyzną komunikacji, dzięki której użytkownicy mediów mogą korzystać z różnych narzędzi pozyskiwania informacji, wymiany treści oraz tworzenia przekazów zgodnie ze swoimi potrzebami. Kreatywna rola mediów internetowych¹ umożliwiająca dystrybucję wytworów aktywności użytkownika jest dla mnie szczególnie interesująca w kontekście komunikowania o zdrowiu, a precyzyjniej – dyskusji, która toczy się wokół (nie)zasadności szczepień związanych z epidemią koronawirusa². W artykule skupię się na memach internetowych, które dotyczą wywołanego tematu. Interesujące będą dla mnie postawy internautów względem szczepień, sposoby wyrażania swoich opinii, kompetencje medialne i zdrowotne użytkowników (na podstawie sposobów argumentacji, krytyki). Materiał badawczy będzie analizowany z perspektywy teorii mediów, w których akcentowana jest aktywność odbiorców (postrzeganych jako prosumenci)³ oraz koncepcji kompetencji zdrowotnych⁴.

Metodologia

Celem artykułu jest refleksja nad sposobem prowadzenia dyskusji dotyczącej szczepień przeciwko COVID-19 (który jest wywoływany przez wirusa SARS-CoV-2) w Polsce. Dyskusji specyficznej, ponieważ toczącej się w mediach internetowych pomiędzy

¹ Rozumiana w sensie postulatycznym. Kwestia rzeczywistej skali aktywności internautów nie jest przedmiotem badania, aczkolwiek stanowi ciekawe pole do analiz. Por. M. Szpunar, *Nowe–stare medium Internet między tworzeniem nowych modeli komunikacyjnych a reprodukowaniem schematów komunikowania masowego*, Wydawnictwo IFiS PAN, Warszawa 2012, https://www.magdalenaszpunar.com/_pliki/Nowe-stare%20medium_Szpunar.pdf (dostęp: 11.04.2021).

² W Polsce ze stanem epidemii mamy do czynienia od marca 2020 roku. Patrz: Rozporządzenie Ministra Zdrowia z dnia 20 marca 2020 roku w sprawie ogłoszenia na obszarze Rzeczypospolitej Polskiej stanu epidemii, Dz. U. 2020 poz. 491, z późn. zm.

³ Zob. P. Siuda, *Mechanizmy kultury prosumpcji, czyli fani i ich globalne zróżnicowanie*, „Studia Socjologiczne” 2012, nr 4(207), s. 109–132, http://piotrsiuda.com/wp-content/uploads/2015/01/Piotr_Siuda_Mechanizmy_kultury_prosumpcji.pdf (dostęp: 22.03.2021).

⁴ Zob. D. Nutbeam, *Health literacy as a public health goal: a challenge for contemporary health education and communication strategies into the 21st century*, „Health Promotion International” 2000, Vol. 15(3), s. 259–267, <https://doi.org/10.1093/heapro/15.3.259> (dostęp: 21.03.2021). O koncepcji kompetencji zdrowotnych pisałam m.in. w artykule *Komunikowanie o zdrowiu w Polsce na przykładzie akcji „Nie-bo-rak”* [w:] *Kobiety w sferze publicznej. Perspektywy interdyscyplinarne problemu*, red. M. Pataj, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2017, s. 215–229. W literaturze można spotkać przykłady zachowań prosumenckich lokowanych na płaszczyźnie zdrowotnej. G. Ritzer oraz N. Jurgenson jako przykład prosumpcji wskazują m.in. autodiagnozę. Autorzy wymieniają m.in. testy ciążowe, domowe pomiary ciśnienia krwi. Prosumentem jest więc osoba wykorzystująca narzędzia do samodzielnego diagnozowania bez konieczności angażowania specjalisty. G. Ritzer, N. Jurgenson, *Production, Consumption, Prosumption. The nature of capitalism in the age of the digital ‘prosumer’*, „Journal of Consumer Culture” 2010, Vol. 10(1), s. 18, <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1469540509354673> (dostęp: 22.03.2021).

osobami, które w większości nie są specjalistami⁵ w dziedzinie (a przynajmniej nie wskazują takiej przynależności), natomiast jako sposób komunikacji wybrały formę memów internetowych. Materiał badawczy stanowiły materiały zamieszczone na stronie Demotyatory.pl. Wybór nie był przypadkowy, portal jest wskazywany jako najpopularniejszy w swojej kategorii⁶. Po wpisaniu haseł „szczepionka” i „szczepienia” oraz zastosowaniu cezurę początkowej określonej na 4 marca 2020 roku⁷, końcowej zaś na 21 marca 2021 roku⁸, otrzymałam 480 odpowiedzi⁹. Pod uwagę wzięłam wszystkie uzyskane, niepowtarzające się wyszukiwania. Zebrany materiał podzieliłam ze względu na stosunek użytkownika do problemu szczepień. Z uwagi na to, że memy internetowe traktuję jako przykład komunikatu multimodalnego, w badaniu przeanalizowałam warstwę werbalną, audialną oraz wizualną przekazów (biorąc pod uwagę na przykład intencje i konsekwencje czerpania z zasobu kulturowego). W moim odczuciu tylko uwzględnienie wszystkich modusów i relacji pomiędzy nimi pozwala na określenie znaczeń płynących z tego typu przekazów.

O aktywnym użytkowniku

Mówienie o memach internetowych wymaga spojrzenia na te teksty jako przykłady manifestowania aktywności współczesnego człowieka, który wykorzystuje kanały komunikacji w specyficzny, czynny sposób. Pojawienie się nowych mediów rozwinęło perspektywę myślenia o prosumencie. Jako prekursora pojęcia wskazuje się Alvina Tofflera i jego *Trzecią falę*¹⁰. W publikacji Toffler dokonuje periodyzacji historii na trzy etapy (fale). Futurysta widzi trzecią falę jako świat, w którym następuje decentralizacja, „odmasowienie”, różnorodność i fragmentaryzacja płaszczyzn ludzkiej aktywności. Autor stwierdza, że „w nowym społeczeństwie standardowa kultura masowa ustąpi miejsca odmasowionym i zróżnicowanym środkom wymiany informacji; każdy będzie mógł nadawać, a nie tylko odbierać informacje”¹¹. Należy się zgodzić z tym, że dokonała się zmiana w sposobie korzystania z mediów. Odbiorca ma możliwość tworzenia

⁵ Należy zaznaczyć, że wśród analizowanych komunikatów pojawiały się także takie, których autorzy podkreślali swoją przynależność do zawodów medycznych.

⁶ *tu, Serwisy z humorem dalej tracą popularność. Najbardziej w dół Joemonster i Kwejk (TOP10)*, <https://www.wirtualnemedial.pl/arttykul/serwisy-z-humorem-dalej-traca-popularnosc-najbardziej-w-dol-joemonster-i-kwejk-top10> (dostęp: 11.04.2021).

⁷ Tego dnia oficjalnie wykryto pierwszy przypadek koronawirusa w Polsce.

⁸ Z uwagi na rozwojową sytuację epidemii data końcowa określona jest jako maksymalnie aktualna ze względu na czas pisania tego tekstu.

⁹ Jeśli dany mem internetowy pojawił się podwójnie w wyszukiwaniach, np. z uwagi na przypisanie mu obu haseł, uwzględniałam go jako jeden komunikat.

¹⁰ G. Ritzer, N. Jurgenson, *Production, Consumption, Prosumption...*, s. 17. Należy zastrzec, że zauważenie wymienności (łączności) ról producenta i konsumenta jest jeszcze starsze. Zob. G. Ritzer, P. Dean, N. Jurgenson, *The Coming of Age of the Prosumer*, „American Behavioral Scientist” 2012, Vol. 56(4), s. 379, <https://doi.org/10.1177%2F0002764211429368> (dostęp: 9.04.2019).

¹¹ A. Toffler, *Trzecia fala*, przeł. E. Woydyłło, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa 1997, s. 8.

i dystrybucji treści poza wielkimi (lub mniejszymi) instytucjami medialnymi, co z kolei rodzi nową jakość w badaniach nad komunikacją społeczną. W swojej publikacji Toffler dostrzega interesujące zjawisko rozdrobnienia społeczeństwa ze względu na „punkty widzenia”, co jest konsekwencją zmian charakterystycznych dla świata „trzeciej fali”. Stwierdza:

Całe społeczeństwo przestawia się na różnorodność, która jest dominującą cechą trzeciej fali, a nowe środki komunikacji odzwierciedlają ten proces, równocześnie go przyspieszając. Wyjaśnia to częściowo fakt, dlaczego coraz bardziej różnicują się opinie na wszelkie tematy, od muzyki począwszy, a na polityce skończywszy¹².

Zdanie wydaje się wyjątkowo trafne, nawet z perspektywy lat, które upłynęły od jego wypowiedzenia. Autor mówi o „kulturze impulsów”, sugerując brak stabilności i ciągłą dyskusję z treściami pretendującymi do miana uniwersalnych. Wyjaśnia, że:

w wymiarze indywidualnym człowieka osaczają i zewsząd atakują wyobrażenia fragmentaryczne, sprzeczne lub niepowiązane ze sobą, które podważają jego dawne idee i trafiają do świadomości w postaci jakiś niepełnych lub wyrwanych z kontekstu elektronicznych impulsów¹³.

W perspektywie realizowanych w artykule badań jest to cenna uwaga. Faktycznie wydaje się, że poruszamy się w świecie informacji coraz częściej pozbawionych ciągłości, ulegających dekontekstualizacji. Zarazem nowe media dają nam możliwość tworzenia i rozpowszechniania takich informacji, czego przykładem wydają się między innymi właśnie memy internetowe dotyczące szczepionek.

W nawiązaniu do teorii mediów najbardziej interesujące moim zdaniem są badania osadzające aktywnego użytkownika w rzeczywistości internetu, gdzie widoczne jest między innymi silne zaangażowanie użytkowników w tworzenie i przetwarzanie treści¹⁴. George Ritzer, Paul Dean oraz Nathan Jurgenson, wskazując na zjawiska, które można uznać jako przykład prosumpcji, wymieniają internet 2.0, traktowany jako przestrzeń dającą możliwość kreowania treści przez użytkowników¹⁵. Przez ów pryzmat można spojrzeć również na memy internetowe. Perspektywa prosumenta, wpisująca się w logikę tworzenia i dystrybucji przekazów tego typu, pozwala na namysł nad kompetencjami zdrowotnymi współczesnych użytkowników internetu. Nadawcy, podejmując w swojej działalności tematy zdrowotne, działają zgodnie z ideą promocji zdrowia różnych instytucji (wspierając zamysł szczepień) lub stoją do niej w opozycji. Wykorzystując argumenty racjonalne bądź emocjonalne, mogą oddziaływać na postawy odbiorców i przekonywać ich do określonych zachowań na płaszczyźnie zdrowotnej.

¹² *Ibidem*, s. 261.

¹³ *Ibidem*.

¹⁴ G. Ritzer, N. Jurgenson, *Production, Consumption, Prosumption...*, s. 19–20.

¹⁵ G. Ritzer, P. Dean, N. Jurgenson, *The Coming of Age of the Prosumer...*, s. 385.

Mimo że we współczesnych pracach nawiązania do Tofflerowskiej wizji są wciąż widoczne, pojawiają się „aktualizacje” pojęcia, o których również należy wspomnieć. Warty uwagi jest między innymi *produser*, termin – jak się wydaje – precyzyjnie niż prosument oddający specyfikę aktywności internautów. Jan Kreft, odwołując się między innymi do ustaleń Axela Burnsa, wskazuje, że

koncepcja produsera podkreśla zaangażowanie społeczności we wspólne tworzenie i przesyłanie informacji oraz wiedzy, zanik roli konsumenta, zacieranie się różnicy między producentem i użytkownikami oraz dzielenie się wiedzą, także – co istotne – wówczas, gdy nie są oni świadomi swej roli¹⁶.

Wyznacznikami takiej postawy są więc: możliwość tworzenia, przekształcania oraz przekazywania treści cyfrowych. Mowa również o współpracy pomiędzy użytkownikami, strategiami wymiany zasobów informacyjnych. Wspomniany już Kreft, omawiając charakter zjawiska, wymienia między innymi działania użytkowników mediów cyfrowych, które są obliczone na współpracę i dzielenie zasobów, a nie na komercjalizację, równość użytkowników, wiarę w Jenkinsowską „zbiorową mądrość”, przekonanie, że aktywność jest silnie skorelowana z możliwościami i kompetencjami jednostki¹⁷. Z kolei Małgorzata Lisowska-Magdziarz przywołuje definicję prosumenta w rozumieniu „współczesnego użytkownika mediów masowych, używającego ich twórczo i budującego z dostarczanych przez nie treści własną tożsamość w sposób aktywny, w stałej komunikacji z innymi i pod presją oceny podobnych sobie”¹⁸. Autorka odwołuje się także do użytego już wcześniej zagadnienia *produser*, rozumiejąc je jako tożsame z prosumentem¹⁹.

Przyjęcie wymienionych spojrzeń na współczesne media i ich użytkowników daje możliwość analizy aktywności internautów widzianych jako kreatywne, twórcze jednostki, które używają nowych mediów do wyrażania opinii, dyskusji, nakłaniania innych do swoich racji. Wydaje się, że ruch pro- i antyszczepionkowców może rozwijać się

¹⁶ J. Kreft, *Konsekwencje współtworzenia wartości w mediach przez użytkowników*, „Zarządzanie w Kulturze” 2013, nr 14, z. 4, s. 353, <http://www.ejournals.eu/Zarządzanie-w-Kulturze/Tom-14-2013/14-4-2013/art/1678/> (dostęp: 23.03.2021). Por. M. Krzanicki, *Gracz – prosument w cyfrowej rzeczywistości. Rewolucja czy ewolucja?*, „Kwartalnik Nauk o Mediach” 2015, nr 1, <http://knm.uksw.edu.pl/gracz-prosument-cyfrowej-rzeczywistosci-rewolucja-ewolucja/> (dostęp: 23.03.2021).

¹⁷ J. Kreft, *Za fasadą społeczności. Elementy zarządzania nowymi mediami*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2015, s. 62. Autor podaje cechy za: A. Burnsa, *Blogs, Wikipedia, Second Life, and Beyond. From Production to Produsage*, Peter Lang, New York 2008.

¹⁸ M. Lisowska-Magdziarz, *Feniksy, łabędzie, motyle. Media i kultura transformacji*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2012, s. 80.

¹⁹ *Ibidem*, s. 80.

dzięki takiej postawie. Użytkownik, wykazując wysokie kompetencje komunikacyjne²⁰, tworzy przekazy, w których promuje określone postawy, często też krytycznie odnosi się do treści już istniejących.

O memach internetowych

Memy internetowe są przedmiotem zainteresowania badaczy różnych dziedzin (m.in. medioznawców, politologów, językoznawców)²¹ i stanowią dość nową (niewyeksplotowaną) płaszczyznę refleksji naukowej. W literaturze dotyczącej wybranego tematu autorzy, rozpoczynając wywód o memach internetowych, sięgają do pozycji Richarda Dawkinsa czy Susan Blackmore, uznawanych za prekursorów wywodu o memach²². Na potrzeby artykułu warto doprecyzować co mam na myśli, pisząc „mem internetowy”. Odwołując się do ustaleń Jakuba Nowaka, przyjmuję definicję memu internetowego widzianego jako: „tekst kultury, który zyskał popularność przez (z reguły) spontaniczną dystrybucję *online*, odbywającą się przynajmniej do pewnego stopnia niezależnie od przemysłów kultury, z których symbolicznego repozytorium czerpią twórcy i odbiorcy memów”²³. W przytoczonych słowach rysuje się charakterystyka memu internetowego, rozumianego jako przekaz cyfrowy (tworzony i rozpowszechniany dzięki narzędziom cyfrowym), w którym są wykorzystywane zasoby kulturowe (na poziomie jego kreacji i odbioru) traktowane jako zasób, z którego korzystamy na warunkach innych niż określone przez nadawcę pierwotnego²⁴. Uważa się, że jedną z funkcji memów internetowych jest intencja ludyczna – mem internetowy często jest rozumiany w kategoriach żartu, zabawy, rozmieszczania lub ośmieszania.

Magdalena Kamińska zauważa, że pojęcie „jest potocznie używane przez internautów na oznaczenie popularnego semiotycznego kompleksu transmitowanego *via* ICT, najczęściej w formie tak zwanego żartu internetowego”²⁵. Nie da się jednak

²⁰ Określam je jako wysokie, ponieważ nadawca musi wykazywać się umiejętnościami w zakresie tworzenia i dystrybucji przekazów memowych (kompetencje medialne), czerpie z zasobu komunikatów o zdrowiu, komentując je i prezentując swoją postawę wobec nich lub wykorzystując je do szerszej dyskusji, np. na tematy polityczne czy społeczne.

²¹ Por. L. Shiffman, *Memes in a Digital World: Reconciling with a Conceptual Troublemaker*, „Journal of Computer-Mediated Communication” 2012, Vol. 18, s. 363, <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1111/jcc4.12013> (dostęp: 23.03.2021).

²² Patrz np. M. Kamińska, *Niečne memy. 12 wykładów o kulturze internetu*, Wydawnictwo Galeria Miejska Arsenał, Poznań 2011, s. 60; J. Nowak, *Memy internetowe: teksty (cyfrowej) kultury językiem krytyki społecznej* [w:] *Współczesne media. Język mediów*, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 2013, s. 239; K. Piskorz, *Internetowe memy – hieroglify XXI wieku* [w:] *Współczesne media...*, s. 227; L. Shiffman, *Memes in a Digital World...*, s. 363–364. A.A. Niekrewicz, *Od schematyzmu do kreacyjności. Język memów internetowych*, Wydawnictwo Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej im. Jakuba z Paradyża, Gorzów Wielkopolski 2015, s. 13.

²³ J. Nowak, *Memy internetowe...*, s. 240. Należy doprecyzować, że badacz w przywołanym artykule patrzy na memy internetowe przez pryzmat brytyjskich studiów kulturowych.

²⁴ *Ibidem*.

²⁵ M. Kamińska, *Niečne memy...*, s. 61.

zignorować waloru komentującego rzeczywistość. Memy internetowe są sposobem na wyrażanie opinii internautów, często stanowią formę sprzeciwu wobec na przykład decyzji politycznych²⁶. Warto odnotowania jest także założenie „wyczerpania” memu. Kamińska wskazuje, że atrakcyjność tego typu przekazów ma związek między innymi z autentycznością (wynikającą ściśle z definicji memu). Otóż popularność memu wiąże się z działalnością „zwykłych” internautów. W momencie przejścia memu internetowego przez instytucje komercyjne w celach zarobkowych, mem traci na wartości, a w końcu zniknie zainteresowanie nim²⁷. W ujęciu tematu artykułu są także narzędziem, dzięki któremu użytkownicy mogą wyrazić swój (często krytyczny) stosunek do szczepień. Interesują mnie więc nie tylko postawy, lecz także sposób ich manifestowania.

Wyniki

Jak wskazywano we wcześniejszych częściach tekstu, zwolennicy i przeciwnicy szczepień wykorzystują formę memów internetowych do wyrażania opinii na ów temat. Posługują się przy tym różnymi strategiami komunikacyjnymi czy sposobami argumentacji. Zakładają także pewien stopień kompetencji kulturowych odbiorców – czerpiąc z zastanych tekstów kultury, wykorzystując fragmenty przekazów medialnych, liczą na zgodne z ich intencją odczytanie (zwłaszcza gdy warstwa werbalna odczytana dosłownie i bez uwzględnienia innych kodów ma inne znaczenie niż potraktowanie memu internetowego jako przekazu multimodalnego, na którego sens składają się komunikaty werbalne, wizualne czy audialne).

Pierwszą kategorią, która interesowała mnie podczas analizowania zebranego materiału, była postawa internautów wobec szczepień przeciwko COVID-19. Zebrany materiał podzieliłam na przekazy, które bezpośrednio lub w domyśle dotyczą tej szczepionki oraz na pozostałe, odnoszące się albo do innych rodzajów szczepień, albo wykorzystujące metaforyczność bądź polisemiczność słowa „szczepionka”. W pierwszej grupie umieściłam 450²⁸ memów, w drugiej – 30²⁹. Zdecydowana większość memów w badanym czasie nawiązywała do tematyki koronawirusa. Okres pandemii wyraźnie wpłynął na tematy podnoszone w dyskursie medialnym, również na te odnoszące się

²⁶ Zob. J. Nowak, *The Good, the Bad, and the Commons: A Critical Review of Popular Discourse on Piracy and Power During Anti-ACTA Protests*, „Journal of Computer-Related Communication” 2016, Vol. 21(2), s. 177–194, <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/jcc4.12149> (dostęp: 23.03.2021).

²⁷ M. Kamińska, *Nieczne memy...*, s. 66. Ciekawe są strategie wypierania takich przekazów. Autorka wskazuje na mechanizmy „karania” internautów powielających mem internetowy, który ulega likwidacji.

²⁸ W tej grupie zdecydowałam się umieścić także mem, który co prawda dotyczył szczepionki przeciw grypie, ale przedstawionej jako bezpośredni czynnik odpowiadający na wzrost zachorowań w październiku 2020 roku.

²⁹ Komunikaty te dotyczyły szczepień na inne choroby (m.in. polio, ospę, różyczkę) lub odnosiły się np. do metafory szczepionki jako panaceum na przemoc domową. Wśród tych przekazów pojawiały się głosy popierające ideę szczepień, wyśmiewające postawy antyszczepionkowe lub podnoszące problemy osób, które nie chcą się szczepić.

do szczepionek. Wydaje się, że wątpliwości dotyczące szczepień przeciwko innym chorobom stały się mniej ważne i kontrowersyjne – wynika to także z ich rzadszej obecności w mediach.

Spośród komunikatów pozostających w tematyce koronawirusa 298 włączyłam do grupy o wydźwięku popierającym ideę szczepień. Należy też zaznaczyć, że stopień poparcia był różny – od jawnych nawoływań do szczepienia się, traktowania szczepionki jako jedynej broni z wirusem, po mniej wyraźne komentarze dotyczące sytuacji w pandemii, w których jednak można było założyć pozytywny stosunek autora do szczepień. Tematyka tych memów oraz cel, dla którego powstały, były różne. Co prawda 132 przypadki w tej grupie stawiały szczepienia w pozytywnym świetle, ale wydaje się, że intencja nadawcy obejmowała szersze kwestie. Komunikaty te były bowiem swojego rodzaju krytyką – władzy, różnych instytucji bądź osób czy decyzji politycznych. W tej grupie znalazły się ponadto memy negatywnie oceniające sposób i tempo szczepień, a także te, które odnosiły się (również krytycznie lub prześmiewczo) do sytuacji szczepień poza kolejką³⁰. Spośród analizowanych przekazów 96 miało wydźwięk ośmieszający lub krytykujący teorie negujące istnienie wirusa lub zasadność szczepień, powody, dla których ludzie odmawiają szczepień lub argumenty, które przekonałyby ich do przyjęcia preparatu. Wskazywano między innymi na to, że odpowiednia suma pieniędzy lub nagrody nawiązujące do Gangu Świeżaków³¹ przekonałyby sceptyków do zasadności szczepień. Parodiowano także obawy antyszczepionkowców dotyczące wprowadzenia w ich organizmy czipów, którymi ma sterować Bill Gates.

Natomiast 22 memy były poświęcone informacjom o szczepionce (sposobowi wytwarzania, testowania, działania; wskazywano także na wymagania obowiązujące przyjmujących preparat na przykład konieczność bycia trzeźwym). W tej grupie znalazły się także reakcje na fake newsy. W 16 przypadkach szczepionka była pokazana jako coś wyczekiwanego, symbol 2021 roku, nawet jeśli internauci, mimo pozytywnego stosunku do produktu, z pewną ulgą przyjmowali fakt, że inne państwa będą się szczepiły przed Polską. Wskazywano również na to, że istnieją czynniki mogące zagrozić produkcji szczepionek (i to źle). Spośród badanych memów osiem odnosiło się do kwestii skuteczności i bezpieczeństwa szczepionek, które traktowano jako broń w walce z wirusem i gwarant końca epidemii. W siedmiu przypadkach zachęcano do szczepień, posługując się mechanizmem autorytetu. Pokazywano na przykład, że osoby sławne przyjmują preparat, chcąc tym samym przekonać odbiorców do tego, że powinni zachować się w podobny sposób. W pozostałych przykładach wskazywano na pozytywny stosunek do szczepień przy jednoczesnej krytyce sposobu mówienia o nich w serwisach informacyjnych (5³²), informowano o tym, że jest mało (niewystarczająco) szczepionek, ponadto podnoszono problem sabotowania szczepień poprzez niszczenie produktu przez osoby przekonane o jego szkodliwości (5). Nadawcy przekazywali informacje

³⁰ Chodzi o zaszczepienie poza kolejnością m.in. aktorów na Warszawskim Uniwersytecie Medycznym.

³¹ Działania w ramach kampanii sieci Biedronka.

³² W nawiasach podano liczbę memów internetowych.

o liczbie już zaszczepionych (4), traktując to jako sposób na mobilizację społeczeństwa. Wskazywano także (3), że Polacy świetnie radzą sobie z wytwarzaniem własnej lub podrabianiem obcej szczepionki, mimo że jednocześnie są niedofinansowywani (co było ocenione jako negatywna okoliczność).

Takie zestawienie prowadzi do ciekawych wniosków. Memy internetowe stały się narzędziem do wyrażania swojego poparcia dla szczepień oraz zachęcania innych osób do tego, by się zaszczepiły. Jest to wynik kompetencji zdrowotnych jednostek – umiejętność wykorzystywania pojęć z zakresu medycyny, działania na rzecz promocji zdrowia (przy wykorzystaniu argumentów racjonalnych, na przykład danych liczbowych, ustaleń naukowych czy emocjonalnych, tj. opinii, postaw). Ciekawe jest to, że część działań zachęcających do szczepień polegała nie na próbie informowania o ważkości takiego zachowania lub posługiwania się argumentami racjonalnymi, lecz na ośmieszaniu lub krytyce postaw antyszczepionkowych. Memy internetowe, w których nie negowano szczepień, były także wykorzystywane jako głos krytyczny w dyskusji osadzonej na innej niż zdrowotna płaszczyźnie. Mam tu na myśli te przekazy, które służyły (poza kwestią szczepień) wyrażeniu swojej dezaprobaty wobec działań politycznych. Wydaje się, że taką rolę pełni także część przekazów umieszczonych w grupie reprezentującej negatywny bądź nieokreślony (lub neutralny) stosunek do szczepień.

Sprzeciw wobec idei szczepień zauważyłam w 102 przypadkach spośród badanej próby. W 36 tekstach skupiono się na niepożądanych odczynach poszczepiennych (mówiono tu m.in. o zgonach, uszczerbkach na zdrowiu), wskazywano na brak bezpieczeństwa szczepionki, podkreślano także niewystarczające badania nad preparatem. Ponadto w przekazach wskazywano, że szczepienia leżą w interesie firm i rządów (18), natomiast fale epidemii i sam fakt powszechności szczepień (oraz prawdopodobnie konieczności ich powtarzania) jest zaplanowany i służy realizacji partykularnych celów instytucji lub osób (Billa Gatesa). Internauci przedstawiali szczepienia w kategoriach przymusu bądź kary (18), podkreślali, że prowadzi to do niesprawiedliwego stworzenia podziału na osoby lepsze i uprzywilejowane (zaszczepione) oraz gorsze, z ograniczonym dostępem do różnych zasobów (niezaszczepieni). Dziesięć memów w badanej grupie odnosiło się do nieskuteczności szczepionki, która w zasadzie przed niczym nie chroni³³. Ta sama liczba pojawiła się w przekazach, które w prześmiewczy sposób przedstawiały ideę szczepień. Wśród sceptycznych postaw nadawców podnoszono także argumenty wskazujące na to, że szczepionka powstała szybko i to podejrzane (3), osoby znane, które szczepią się jako przykład, tak naprawdę udają i nie przyjmują specyfiku (3). Istnienie szczepionki było traktowane również jako jedno z nowych, niepożądanych zjawisk we współczesnym świecie (2), na równi na przykład ze zbyt daleko posuniętą cyfryzacją życia społecznego, która zaburza stosunki międzyludzkie. Podnoszono także zapowiedzi przymusowych szczepień, na przykład pod groźbą utraty pracy (1) lub podstępów, które nakłonią sceptyczne osoby do przyjęcia substancji (1).

³³ W tej grupie umieściłam wspomniany wcześniej mem dotyczący korelacji pomiędzy szczepionką na grype (a raczej jej nieskutecznością) a zachorowaniami na COVID-19 w październiku 2020 roku.

W przywołanym zestawieniu widoczne jest to, że argumenty dotyczące obaw przed skutkami ubocznymi szczepionki czy jej nieskuteczności (czyli bezpośrednio nawiązujące do koncepcji komunikowania o zdrowiu) nie są jedynymi. Sceptycyzm wobec produktu wynika oprócz tego z poczucia stosowania pewnego przymusu, który jest wywierany przez różne grupy interesu lub przekonania o tym, że w rzeczywistości są to działania zaplanowane, sterowane.

Trzecia grupa to przekazy, w których nie ustaliłam stosunku nadawcy do przedmiotu analizy, jednak sytuacja związana ze szczepieniami stała się podstawą (pretekstem) do komentowania rzeczywistości. Najczęściej (16) w sposób prześmiewczy przedstawiano różne sytuacje nawiązujące do procesu szczepień, w 15 przypadkach krytykowano władzę, decyzje polityczne oraz sposób szczepień. Pojawiły się także memy wskazujące na istnienie szczepień i rozdarcia nadawców względem decyzji o przyjęciu preparatu (4), ukazujące w zabawny sposób proces wytwarzania szczepionki (4). W trzech przypadkach umieszczono dane o szczepionkach bez wyraźnego zaznaczenia postawy nadawcy, poszukiwano również krwi ozdrowieńców jako swoistej szczepionki. Ponadto informowano o bieżących decyzjach politycznych oraz planach dotyczących szczepień (2), nawiązywano do teorii spiskowych oraz krytykowano polityków (2), mówiono o powszechności szczepień (1), interesach firm i państw (1), krytykowano sposób mówienia o szczepieniach w mediach (1), zauważano także, że istnieją zwolennicy i przeciwnicy szczepień, ważne, by szanować zdanie każdego (1).

Jak zaznaczyłam wcześniej, stosunek nadawcy do szczepień w tym przypadku był nieoczywisty. Jednak ów problem prowokował dyskusję na tematy inne, czy to ośmieszające rzeczywistość, czy będące głosem krytycznym wobec sytuacji społeczno-politycznej.

Podsumowanie

Memy internetowe stanowią płaszczyznę manifestowania własnych postaw względem szczepień oraz nakłaniania do swojej wizji świata odbiorców. Jak wskazałam wcześniej, pandemia znacząco wpłynęła na dyskusję w tym temacie – większość przekazów w omawianym czasie miała związek z koronawirusem. Niezmienne pozostał jednak przedpandemiczny podział na osoby będące zwolennikami bądź przeciwnikami szczepień. Argumenty używane przez strony były zróżnicowane. W analizowanych komunikatach pojawiały się zarówno mające na celu uwiarygodnić przekaz dane (m.in. liczbowe lub/i mające wydźwięk opracowania naukowego), jak i treści emocjonalne. Należy zaznaczyć, że niektóre komunikaty wymagały wysokich kompetencji odbiorczych – poza tym, że tekst multimodalny sam w sobie jest skomplikowany w odbiorze, to należało wychwycić także na przykład nawiązania intertekstualne, odsyłające do zasobów kultury. Cytowany wcześniej Toffler wskazywał, że społeczeństwo przyszłości dzięki nowym mediom będzie coraz bardziej rozdrobnione, jeśli chodzi o postawy i opinie na różne tematy, same media zaś będą umożliwiały tworzenie i przepływ komunikatów

o tym świadczących. Analizowany materiał wydaje się tego odzwierciedleniem. Badanie pokazało, jak wiele jest punktów widzenia na wywołany temat, natomiast kwestie zdrowotne są często ściśle powiązane ze sferą społeczno-polityczną. To potwierdza również spostrzeżenia przywoływanych badaczy dotyczące istoty memu internetowego. Traktowanie tego zjawiska wyłącznie w kategoriach żartu jest nieaktualne. Tego typu przekazy są także sposobem na manifestowanie swoich postaw politycznych, reagowaniem na bieżące kwestie społeczne, służą również nakłanianiu.

Bibliografia

- Kamińska M., *Niečne memy. 12 wykładów o kulturze internetu*, Wydawnictwo Galeria Miejska Arsenał, Poznań 2011.
- Kreft J., *Konsekwencje współtworzenia wartości w mediach przez użytkowników*, „Zarządzanie w Kulturze” 2013, nr 14, z. 4, s. 351–360, <http://www.ejournals.eu/Zarządzanie-w-Kulturze/Tom-14-2013/14-4-2013/art/1678/> (dostęp: 23.03.2021).
- Kreft J., *Za fasadą społeczności. Elementy zarządzania nowymi mediami*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2015.
- Krzanicki M., *Gracz – prosument w cyfrowej rzeczywistości. Rewolucja czy ewolucja?*, „Kwartalnik Nauk o Mediach” 2015, nr 1, <http://knm.uksw.edu.pl/gracz-prosument-cyfrowej-rzeczywistosci-rewolucja-ewolucja/> (dostęp: 23.03.2021).
- Lisowska-Magdziarz M., *Feniksy, łabędzie, motyle. Media i kultura transformacji*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2012.
- Niekrewicz A.A., *Od schematyzmu do kreacyjności. Język memów internetowych*, Wydawnictwo Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej im. Jakuba z Paradyża, Gorzów Wielkopolski 2015.
- Nowak J., *Memy internetowe: teksty (cyfrowej) kultury językiem krytyki społecznej* [w:] *Współczesne media. Język mediów*, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 2013.
- Nowak J., *The Good, the Bad, and the Commons: A Critical Review of Popular Discourse on Piracy and Power During Anti-ACTA Protests*, „Journal of Computer-Related Communication” 2016, Vol. 21(2), s. 177–194, <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/jcc4.12149> (dostęp: 23.03.2021).
- Nutbeam D., *Health literacy as a public health goal: a challenge for contemporary health education and communication strategies into the 21st century*, „Health Promotion International” 2000, Vol. 15(3), s. 259–267, <https://doi.org/10.1093/heapro/15.3.259> (dostęp: 21.03.2021).
- Pataj M., *Komunikowanie o zdrowiu w Polsce na przykładzie akcji „Nie-bo-rak”* [w:] *Kobiety w sferze publicznej. Perspektywy interdyscyplinarne problemu*, red. M. Pataj, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2017.
- Piskorz K., *Internetowe memy – hieroglify XXI wieku* [w:] *Współczesne media. Język mediów*, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 2013.
- Ritzer G., Dean P., Jurgenson N., *The Coming of Age of the Prosumer*, „American Behavioral Scientist” 2012, Vol. 56(4), s. 379–398, <https://doi.org/10.1177%2F0002764211429368> (dostęp: 9.04.2019).

Magdalena Pataj

- Ritzer G., Jurgenson N., *Production, Consumption, Prosumption. The nature of capitalism in the age of the digital 'prosumer'*, „Journal of Consumer Culture” 2010, Vol. 10 (1), s. 13–36, <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1469540509354673> (dostęp: 22.03.2021).
- Rozporządzenie Ministra Zdrowia z dnia 20 marca 2020 roku w sprawie ogłoszenia na obszarze Rzeczypospolitej Polskiej stanu epidemii, Dz. U. 2020 poz. 491, z późn. zm.
- Shiffman L., *Memes in a Digital World: Reconciling with a Conceptual Troublemaker*, „Journal of Computer-Mediated Communication” 2012, Vol. 18, s. 362–377, <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1111/jcc4.12013> (dostęp: 23.03.2021).
- Siuda P., *Mechanizmy kultury prosumpcji, czyli fani i ich globalne zróżnicowanie*, „Studia Socjologiczne” 2012, nr 4(207), s. 109–132, http://piotrsiuda.com/wp-content/uploads/2015/01/Piotr_Siuda_Mechanizmy_kultury_prosumpcji.pdf (dostęp: 22.03.2021).
- Szpunar M., *Nowe–stare medium Internet między tworzeniem nowych modeli komunikacyjnych a reprodukowaniem schematów komunikowania masowego*, Wydawnictwo IFiS PAN, Warszawa 2012, https://www.magdalenaszpunar.com/_pliki/Nowe-stare%20medium_Szpunar.pdf (dostęp: 11.04.2021).
- Toffler A., *Trzecia fala*, przeł. E. Woydyłło, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa 1997.
- tu, *Serwisy z humorem dalej tracą popularność. Najbardziej w dół Joemonster i Kwejk (TOP10)*, <https://www.wirtualnemedial.pl/arttykul/serwisy-z-humorem-dalej-traca-popularnosc-najbardziej-w-dol-joemonster-i-kwejk-top10> (dostęp: 11.04.2021).