KW_III_srodki_Layout 1 15.10.2015 10:12 Page 213

Piotr Grochowski – folklorysta i kulturoznawca, adiunkt w Zakładzie Antropologii Kultury w Katedrze Kulturoznawstwa Uniwersytetu Mikołaja Kopernika w Toruniu. Zajmuje się badaniem rożnych form tradycyjnego folkloru słownego oraz dziewiętnastowiecznej literatury popularnej i religijnej. Podejmuje również tematy związane z kulturą współczesną, analizując rożne przypadki zderzeń „starego" z „nowym", a także wszelkie przejawy folkloru współczesnego i zjawisk „folkloropodobnych".

SPROSTOWANIE

W numerze 2 (86)/2015 błędnie opatrzyliśmy nazwiskiem Piotra Grochowskiego tekst Wojciecha Jaracza zatytułowany *W poszukiwaniu internetowego dowcipu.* W niniejszym numerze drukujemy właściwą recenzję.
Za pomyłkę obu autorów przepraszamy.

Redakcja

PIOTR GROCHOWSKI

MEMY INTERNETOWE JAKO KLUCZ DO ZROZUMIENIA CYBERKULTURY

Pisanie prac naukowych o memach internetowych jest ryzykowne i to z kilku powodów. Po pierwsze, ze względu na atrakcyjność tematu i pozorną łatwość jego eksploracji łatwo osunąć się w banał, a niekiedy wręcz w śmieszność. Moda na memy przyciąga wielu badaczy, a efekty ich działań często przybierają postać płytkich i miałkich poznawczo opisów, czego najlepszym przykładem jest wydana niedawno książka Jakuba Sroki *Obrazkowe memy internetowe*[1]. Po drugie, mamy tu do czynienia ze zjawiskiem, które ze względu na swą istotę oraz stanowiące jego fundament techno-

1 J. Sroka, *Obrazkowe memy internetowe*, CeDeWu, Warszawa 2014.

KW_III_srodki_Layout 1 15.10.2015 10:12 Page 214

logie cyfrowe, jest płynne i podlega nieustannym, dynamicznym przemianom. Istnieje więc spore niebezpieczeństwo, że po przeprowadzeniu rzetelnych badań, a następnie napisaniu i opublikowaniu wyczerpującej analizy, będzie ona już mało aktualna. Problematyczna jest wreszcie relacja między badaczem a przedmiotem badań. Otóż memy internetowe są poddawane naukowej obserwacji głównie przez swych użytkowników, a problemy epistemologiczne wynikające z uprawiania takiej autoetnografii bardzo rzadko stają się przedmiotem świadomego namysłu.

Książka *Memes in Digital Culture* autorstwa Limor Shifman jest przykładem na to, że ryzykowne przedsięwzięcia badawcze mogą zakończyć się sukcesem. Za główną zaletę tej publikacji należy przy tym uznać jej warstwę teoretyczną. Choć autorka w wielu miejscach jako metodę stosuje studium przypadku i w barwny sposób opisuje przykłady internetowych memów, jednak ta anegdotyczna narracja jest ściśle podporządkowana dużo ważniejszym celom. Z jednej strony wypracowuje ramy koncepcyjne, które w przejrzysty i względnie precyzyjny sposób pozwalają uchwycić istotę memów internetowych i odróżnić je od innych zjawisk, które często w niefrasobliwy sposób utożsamia się z memami. Z drugiej strony, zaproponowana przez nią koncepcja ma szersze zastosowanie jako swego rodzaju narzędzie pozwalające wyjaśnić wiele innych zjawisk zachodzących w obrębie cyberkultury.

Punktem wyjścia prowadzonych analiz jest stwierdzenie, że stworzona przez Dawkinsa i rozwinięta przez późniejszych badaczy koncepcja memu bardzo dobrze opisuje pewne fundamentalne cechy społecznych praktyk realizowanych za pośrednictwem internetu, a zwłaszcza tzw. narzędzi Web 2.0., które w znacznym stopniu poszerzyły zakres uczestnictwa w internetowej komunikacji. Autorka uchyla przy tym znane kontrowersje związane z zastosowaniem teorii memetycznych, na swój sposób „rozmiękczając" je poprzez przyjęcie dwóch założeń. Po pierwsze – jak twierdzi – należy zrezygnować z szukania analogii biologicznych do wszystkich zjawisk kulturowych, po drugie zaś, w procesie transmisji memów decydująca rolę należy przypisać człowiekowi.

Shifman wskazuje na trzy atrybuty memów, które wydają się szczególnie istotne dla analizy współczesnej cyberkultury. W pierwszym rzędzie chodzi o przechodzenie od tego, co jednostkowe do tego, co społeczne. Dzięki narzędziom Web 2.0 i mediom społecznościowym jednostkowy wytwór procesu komunikacji może bardzo szybko uzyskać szeroki zasięg i wywierać określony wpływ na poglądy i zachowania członków społeczności. Jest to tym łatwiejsze, że w obrębie cyberkultury zachowania polegające na transmitowaniu określonych treści są wysoko wartościowane, wpisują się bowiem w praktyki udostępniania (ang. *sharing*), które są obecnie jednym z fundamentalnych doświadczeń wspólnotowych, w znacznej mierze zastępującym wcześniejsze praktyki dystrybucji dóbr.

Drugą ważną cechą memów jest sposób reprodukcji, który polega na tym, że ich dystrybucja odbywa się za pomocą swoistego „przepakowywania" zawartości, czyli naśladowania określonych zachowań. Choć w odróżnieniu od

KW_III_srodki_Layout 1 15.10.2015 10:12 Page 215

memów funkcjonujących w komunikacji analogowej memy internetowe nie muszą być koniecznie „przepakowywane" – technologie cyfrowe umożliwiają bowiem ich proste i dokładne kopiowanie (linkowanie, forwardowanie, udostępnianie) – to jednak zadziwiająco duża liczba użytkowników decyduje się na podjęcie wysiłku stworzenia własnych wersji przekazów. W komunikacji internetowej wykorzystywane są jednak dwa nieco odmienne mechanizmy „przepakowywania". Pierwszy to wspomniane naśladownictwo, które jest jedną z fundamentalnych i „odwiecznych" praktyk kulturowych, jednak w internecie stało się ono dużo bardziej uchwytne i widoczne ze względu na możliwość łatwego zestawiania i porównywania niezliczonych „oryginałów" i „kopii". Drugim mechanizmem jest zaś remiks polegający na swoistym majsterkowaniu, czyli dekomponowaniu i ponownym komponowaniu przekazów z dodatkiem nowych elementów.

Trzecią wreszcie cechą memów, istotną w kontekście badań cyberkultury, jest to, że ich rozprzestrzenianie się wiąże się z procesami współzawodnictwa i selekcji. Współzawodnictwo i selekcja to oczywiści także „odwieczne" zjawiska kulturowe, w przestrzeni internetu zyskują one jednak nowy wymiar i zaczynają odgrywać coraz większą rolę. Chodzi mianowicie o to, że powszechnie dostępne metadane ukazujące preferencje użytkowników (oglądalność, *feedback*) nie pozostają bez wpływu na ich komunikacyjną aktywność i są uwzględniane przy podejmowaniu decyzji o zaangażowaniu się w transmisję treści. W konsekwencji współzawodnictwo i selekcja stają się nie tylko bardzo konkretne i widoczne dzięki wszechobecnym licznikom aktywności internautów, ale zyskują także niespotykaną dotąd dynamikę.

Czym jednak są tak naprawdę memy internetowe? Limor Shifman, w odróżnieniu od innych autorów, stara się wypracować systematyczną ramę pojęciową, która umożliwia sformułowanie względnie precyzyjnej definicji analizowanego fenomenu. Decydujące są przy tym dwa wyjściowe założenia. Po pierwsze, mem internetowy nie jest traktowany jako jednostkowy byt, lecz jako zespół przekazów o wspólnych właściwościach. Po drugie, wyróżnia się trzy aspekty podlegające kopiowaniu w procesie transmisji, a mianowicie treść komunikatu, jego formę i model komunikacyjny (ang. *stance*), na który składają się zasady uczestnictwa (kto i w jaki sposób może uczestniczyć w komunikacji), modalność przekazu oraz jego funkcje (w ujęciu Jakobsonowskim). Analiza konkretnych przypadków pokazuje, że ów trzyaspektowy model jest niezwykle użyteczny, ponieważ bardzo często mamy do czynienia z taką sytuacją, kiedy naśladowany jest tylko jeden z aspektów określonego komunikatu, pozostałe zaś ulegają radykalnym przemianom. Ostatecznie, zgodnie z zaproponowaną przez Shifman definicją, mem internetowy to:

> (a) zespół elektronicznych przekazów, posiadających wspólne właściwości w zakresie treści, formy i/lub modelu komunikacyjnego (*stance*), który (b) powstał w wyniku świadomych interakcji między uczestnikami komunikacji i (c) jest przekazywany, naśladowany i/lub transformowany w przestrzeni internetu przez wielu użytkowników (s. 41).

KW_III_srodki_Layout 1 15.10.2015 10:12 Page 216

Takie ujęcie pozwala mówić o memach w sposób dość precyzyjny i wskazywać ich różnice w stosunku do innych, pozornie bardzo zbliżonych zjawisk. Autorka daje przykład takiej analizy, porównując memy z filmami wirusowymi (ang. *virals*). Główna odmienność polega na formie zaangażowania uczestników komunikacji, która w przypadku virali ma charakter raczej bierny i sprowadza się do masowej konsumpcji treści oraz ich ewentualnego komentowania. Skutkuje to tym, że filmy wirusowe cechuje olbrzymia popularność, a zarazem względna stałość w zakresie wszystkich trzech aspektów transmitowanych przekazów (brak modyfikacji). W przypadku memów mamy raczej do czynienia z rytualnym modelem komunikacji, która nie jest tylko aktem przekazywania informacji, ale zarazem procesem konstruowania i podtrzymywania reprezentacji wspólnie podzielanych przekonań, wartości i tożsamości. W efekcie powstaje wiele wersji jednego komunikatu, które jednak zachowują pewne istotne wspólne właściwości.

Jak widać, w przyjętej przez Limor Shifman koncepcji memów internetowych kładzie się duży nacisk na ich wariantywność, a także na zjawisko formuliczności. W zaproponowanym przez autorkę podziale memów na dwa typy, a mianowicie *founder-based mem* i *egalitarian mem*, zasadnicza różnica polega na tym, że w pierwszym przypadku mamy do czynienia z tworzeniem kolejnych wariantów poprzez naśladowanie oraz modyfikacje odnoszące się do konkretnego obiektu (polskim przykładem tej odmiany mógłby być mem „Chytra baba z Radomia"), natomiast w drugim przypadku „wykonawca" memu nie naśladuje już żadnego konkretnego przekazu, tylko korzysta ze swego rodzaju formuły komunikacyjnej, która pozwala mu w szybki i prosty sposób wygenerować przekaz o określonych właściwościach i znaczeniach (dobrym przykładem mogą być tzw. *lolcatsy* albo *sweet focie*).

Warto zauważyć, że wyeksponowanie tych właściwości sprawia, iż prezentowana tu koncepcja memów internetowych jest w zasadzie tożsama z koncepcją folkloru internetowego jako nieformalnego typu spontanicznej komunikacji opartej na powszechnym wykorzystywaniu przez określoną grupę internautów zestawu werbalnych bądź niewerbalnych tekstów kliszowanych. Choć Shifman nie odwołuje się bezpośrednio do metodologii folklorystycznej, jednak wyraźnie wskazuje tę analogię, pisząc, że „w wielu aspektach memy internetowe mogą być traktowane jako (po)nowoczesny folklor, w obrębie którego podzielane wspólnie normy i wartości są konstruowane poprzez takie artefakty kulturowe, jak zmontowane w Photoshopie obrazki czy legendy miejskie" (s. 15). Perspektywa folklorystyczna obecna jest również w rozdziale poświęconym gatunkom memów internetowych. Choć próby genologicznej systematyki wytworów komunikacji elektronicznej wydają się wyjątkowo ryzykowne i, z reguły, nie dają zadowalających rezultatów, w tym wypadku zaproponowany przez autorkę opis ma pewne zalety. Po pierwsze, pokazuje, że ulubione przez folklorystów myślenie w kategoriach gatunkowych może być przeniesione na grunt badań nad nieformalną komunikacją internetową w sposób, który może nie jest w pełni satysfakcjonujący (nie da się wszak wcisnąć płynnej i dynamicznej materii folkloru internetowego w sztywne ramy gatunkowych systematyk), ale jednak poznawczo

KW_III_srodki_Layout 1 15.10.2015 10:12 Page 217

owocny. Po drugie, w takiej perspektywie bardzo wyraźnie widać, że memy nie są – jak chcą niektórzy – jednym z gatunków folkloru internetowego, tylko mamy tu do czynienia z dwoma terminami/koncepcjami, które opisują to samo zjawisko. Krótko mówiąc, memy internetowe i folklor internetowy to określenia synonimiczne.

W dalszych rozdziałach swej książki Limor Shifman przechodzi do szczegółowej analizy wybranych aspektów memetycznej aktywności internautów. W pierwszej kolejności zastanawia się nad tymi właściwościami przekazów, które sprawiają, że użytkownicy chcą je transmitować, naśladować i wykorzystywać jako tworzywo do remiksów. Próbuje więc zrekonstruować swoisty przepis na memetyczny sukces w komunikacji. Następnie zajmuje się politycznym potencjałem memów, wskazując na to, że bardzo często nie służą one zwykłej rozrywce, lecz są formą społecznego zaangażowania i pełnią istotne funkcje w dziedzinie praktyk kontroli i oporu. Mogą być wykorzystywane jako środek perswazji w kampaniach wyborczych (np. prezydencka kampania wyborcza w 2008 roku w Stanach Zjednoczonych) i innych akcjach politycznych, mogą służyć jako forma komunikacji w inicjowaniu i koordynacji oddolnych akcji obywatelskich (np. organizacja ruchu Occupy Wall Street), mogą wreszcie stanowić popularny sposób prowadzenia publicznej dyskusji na tematy polityczne (np. działalność opozycji demokratycznej w Chinach). W tej sytuacji autorka stawia mocną tezę głoszącą, iż memy tworzą nową arenę dyskursu politycznego i potencjalnie mogą też budować oddolne wpływy polityczne. W ostatnim rozdziale Shifman dokonuje z kolei analizy wybranych memów w kontekście teorii globalizacji, pokazując, że z jednej strony stały się one potężnym „agentem" w procesach globalizacyjnych, z drugiej jednak, że dotyka ich zjawisko indygenizacji, polegające na swoistej kulturowej translacji i nasycaniu ich lokalnymi treściami. Ostatecznie okazuje się, że, paradoksalnie, wspólnota użytkowników memów jest jednocześnie globalna i lokalna. Dobitnym przykładem potwierdzającym powyższą tezę jest choćby sposób funkcjonowania memu „Gangname Style". W tym przypadku można bowiem dokładnie przeanalizować, jak pierwotny przekaz został najpierw odarty ze swych lokalnych, koreańskich treści, a następnie wyodrębniony z tego kontekstu zachodni motyw taneczny o globalnym zasięgu zaczął być na nowo wypełniany wieloma innymi, lokalnymi znaczeniami kulturowymi.

Niecałe dwieście stron, jakie liczy omawiana książka, to oczywiście zdecydowanie za mało, by w sposób wyczerpujący przeanalizować wszelkie aspekty memetycznych praktyk cyberkultury. Autorka ma świadomość, że jej praca stanowi w istocie rodzaj wprowadzenia w problematykę i dlatego w zakończeniu stawia szereg bardziej szczegółowych pytań, które powinny stać się przedmiotem dalszych badań. Szczególnie intrygująco rysuje się zwłaszcza perspektywa badania memów jako swego rodzaju języka pozwalającego w zwięzły i formuliczny sposób wyrażać kompleksowe idee, a zarazem uruchamiającego procesy wytwarzania tożsamości zarówno na poziomie globalnym, jak i lokalnym.

KW_III_srodki_Layout 1 15.10.2015 10:12 Page 218

To ostatnie zagadnienie wydaje się zresztą kluczowe dla zrozumienia olbrzymiej roli, jaką tworzenie i transmitowanie memów odgrywa w praktykach cyberkultury. Shifman zauważa bowiem, że niezwykła aktywność internautów na tym polu daje się wyjaśnić poprzez odniesienie do trzech różnych aspektów naszego funkcjonowania w kulturze. Pierwszym z nich to aspekt ekonomiczny, w którym obecnie dominuje tzw. *attention economy*. W skrócie oznacza to, że w sensie społecznym dużo ważniejsze od posiadania rzeczy jest „posiadanie" uwagi innych członków naszej społeczności. W sferze działań internetowych zarówno naśladowanie popularnych komunikatów, jak i formułowanie komunikatów łatwych do naśladowania, zwiększa szanse na przyciągnięcie uwagi innych internautów. Zaangażowanie w transmisję memów wiąże się więc z perspektywą swoistego sukcesu „ekonomicznego". Z kolei w aspekcie kulturowo-estetycznym omawiane zjawisko jest jednym z sygnałów czy fenomenów związanych z szerszymi tendencjami, polegającymi na ogólnych przemianach w zakresie sposobów uczestnictwa w kulturze i przechodzeniu od modelu produkcji-konsumpcji do modelu współuczestnictwa (prosumpcji), który w środowisku cyfrowym znacząco wspomagany jest przez narzędzia Web 2.0. Decydujące znaczenie ma jednak chyba aspekt społeczny. Memy są bowiem doskonałym narzędziem umożliwiającym funkcjonowanie jednostek w ramach modelu „usieciowionego indywidualizmu" (ang. *networked individualism*). Jak pokazuje Shifman, pozwalają one realizować pozornie sprzeczne cele, tzn. być oryginalnym i kreować indywidualną tożsamość, a zarazem działać społecznie i być częścią grupy. Tym samym książka *Memes in Digital Culture* daje współczesnym kulturoznawcom i folklorystom ważną wskazówkę. Uzmysławia bowiem, że uważna „lektura" memów daje szansę na uchwycenie owej dialektyki indywidualizmu i neotrybalizmu, a tym samym na zrozumienie logiki działania „cyfrowych tubylców".

Limor Shifman, *Memes in Digital Culture*, Massachusetts Institute of Technology Press, Cambridge–London 2014, 216 s.