

Czy znasz ten mem? Pragmatyka i polityka internetowych wspólnot interpretacyjnych

Michał Koza

Czy znasz ten mem? Pragmatyka i polityka internetowych wspólnot interpretacyjnych

Michał Koza

Opisywanie Internetu w kategoriach „globalnej wioski” niko- go już chyba dzisiaj nie zaskakuje. Pojęcie zaproponowane przez Marshalla McLuhana do opisu przemian sfery medialnej zwraca uwagę na to, że korzystanie z nowych sposobów komuni- kacji wykracza daleko poza czysto instrumentalne użycie, otwie- rając nowe obszary tworzenia skomplikowanych relacji społecz- nych. Dlatego można swobodnie odłożyć na bok wyobrażenia o Internecie jako po prostu „źródle” informacji, „zbiorniku” czy „bibliotece”. Zgodnie z nimi sieć byłaby miejscem pozwalającym na wygodne konserwowanie, magazynowanie i udostępnianie treści, ale pozostającym bez wpływu na to, kim jest ich użytkow- nik. Choć te funkcje również są istotne, w przypadku nowych mediów o wiele istotniejszy wydaje się wspólnotowy aspekt przetwarzania informacji. Internet jest miejscem współtworze- nia znaków, procesu, w którym liczą się także wzajemne relacje użytkowników, wchodzących w (zapośredniczone) interakcje. Co więcej, kontakty dokonują się tutaj nie na zasadzie prostej wy- miany informacji, w której tożsamość partnerów komunikacji jest z góry określona przez świat niewirtualny, ale raczej jednoczesne- go konstituowania wypowiedzi oraz jej podmiotu¹. Perspektywa

Michał Koza – doktorant na Wydziale Polonistyki UJ. Zajmuje się an- tropologią literatury oraz jej filozoficznymi kontekstami, literatu- rą najnowszą, krytyką literacką i szeroko rozumianą kulturą popularną. Redaktor naczelny czasopis- ma internetowego „Polisemia”, publikuje w serwisie „Popmo- derna”. W ramach przygotowywania rozprawy doktorskiej prowadzi badania nad zwrotem etycz- nym i politycznym w ponowoczesnych teoriach literatury. Kontakt: michal. koga@outlook.com

¹ Dla przykładu: umieszczanie zdjęć w serwisie Instagram służy nie tylko prezentowaniu zdarzeń z realnego życia, ale także tworzeniu

ta wydaje się szczególnie cenna wobec socjalizacji nowych mediów, tzn. zagęszczania w nich (bardziej niż intensyfikowania i pogłębiania) sieci międzyludzkich relacji, a także pojawiania się nowych możliwości wirtualnego stowarzyszania się i dokonywania niezliczonych zbiorowych identyfikacji. Internet, chociaż ma zasięg globalny, jest niezwykle „zrejonizowany” – stanowi pole działania grup, które mogą wcale nie wiedzieć o swoim istnieniu bądź mogą nie rozumieć nawzajem swojego języka. Chociaż zatem wraz z procesami globalizacyjnymi świat „kurczy się”, powstają także nowe rodzaje granic – już nie fizycznych, ale hermeneutycznych, opartych na barierach symbolicznych.

Memetyka – między naukami kognitywnymi a polityką

Jednym z kluczowych dla opisu Internetu pojęć są „memy”, które za Richardem Dawkinsem, twórcą samego pojęcia, określającego kulturowo transmitowane jednostki informacji, rozpatruje się zwykle z uwagi na ich potencjał replikacyjny i rolę w komunikacji międzypokoleniowej. Uwzględnia się tutaj liczne analogie ze sposobem funkcjonowania genów, replikatorów biologicznych, które są właściwym „podmiotem” ewolucji. Według amerykańskiego naukowca:

Przykładami memów są melodie, idee, obieguowe zwroty, fasony ubrań, sposoby lepienia garnków lub budowania łuków. Tak jak geny rozprzestrzeniają się w puli genowej, przeskakując z ciała do ciała za pośrednictwem plemników lub jaj, tak memy propagują się w puli memów, przeskakując z jednego mózgu do drugiego w procesie szeroko rozumianego naśladownictwa. Jeśli naukowiec przeczyta lub usłyszy jakiś dobry pomysł, przekazuje go kolegom i studentom. Wspomina o nim w artykułach i na wykładach. O propagowaniu się nośnej idei można powiedzieć wtedy, gdy przenosi się ona z mózgu do mózgu.²

Niewątpliwie podejście proponowane przez Dawkinsa i innych ewolucjonistów może być przydatne, jednak ma swoje ograniczenia. Dobrze opisuje związki ilościowe i struktury obiegu memów, a także ewolucjonistyczne

określonego wizerunku i wirtualnej tożsamości, która może bądź ograniczać się do samego profilu w tym serwisie, bądź współtworzyć ogólniejszy wizerunek danej osoby w świecie wirtualnym.

2 R. Dawkins *Samolubny gen*, przeł. M. Skoneczny, Prószyński i S-ka, Warszawa 2007, 146. Por. także cały rozdział *Memy: nowe replikatory*.

uwarunkowania tego mechanizmu, który ma swoje miejsce w procesie różnicowania i konkurencji organizmów. Jednak w niewielkim stopniu jest w stanie scharakteryzować kwestie tożsamościowe, jakie się z nim wiążą, ponieważ koncentruje się na samym memie i jego zdolności do przetrwania. Same jednostki są rozpatrywane jedynie jako „nositelce” i potencjalni naśladowcy danego elementu kultury:

Replikacja memów zachodzi na drodze szeroko rozumianego naśladownictwa. Lecz niektórym memom z puli memów replikacja udaje się lepiej niż innym, podobnie jak nie wszystkie zdolne do replikacji geny są pod tym względem jednakowo skuteczne. Istnieje więc coś w rodzaju doboru naturalnego. Wspominałem o pewnych konkretnych własnościach, które nadają memom wysoką zdolność przetrwania. Lecz w ogólności wszystkie one sprowadzają się do takich własności, o jakich mówiliśmy w rozdziale 2 przy okazji replikatorów: długowieczności, płodności i wierności kopiowania.³

Z tej perspektywy, uwzględniającej kluczowe cechy długowieczności (w Internecie, w porównaniu do innych zjawisk kulturowych, żywotność danego memu jest stosunkowo krótka), płodności (tutaj odwrotnie: nowe media oferują niespotykane wcześniej możliwości globalizacji danej informacji) i wierności kopiowania (również zjawisko różnicowania, przez analogię porównywane do mutacji genów, otrzymuje dzięki Internetowi ogromną intensywność), opisują zjawisko memów nauki informatyczne i kognitywne, lecz posiada ona ograniczoną operatywność dla antropologii i badań kulturowych. Interesujące, że w przypadku nowych zjawisk niejako automatycznie aplikuje się metodologie nauk ścisłych, nie próbując korzystać z bardziej swoistych narzędzi humanistyki.

Nie wikłając się w dalsze wstępne tłumaczenia, chciałbym ukazać problematykę memów internetowych od nieco innej strony, niż czynią to nauki odwołujące się do ewolucjonizmu. Chodzi o wymiar polityczny – to znaczy związany ze znaczeniem memów dla funkcjonowania w Internecie grup, które za ich pomocą wyrażają i kształtują charakterystyczne dla nich rozumienie świata, a także wyznaczają własne granice i stosunek do innych grup. Zastosowanie tej optyki do omawianego zjawiska sprawia, że w centrum uwagi staje już nie ewolucjonistycznie rozumiana konkurencja jednostek informacji

3 R. Dawkins *Samolubny gen*, s. 147.

kulturowej, ale problem wykorzystywania ich przez użytkowników dla budowania tożsamości przez uczestnictwo w identyfikujących się z nimi grupach. Z tej perspektywy memy są narzędziem (czy też miejscem – ze względu na interakcje, których ślady „nawarstwiają się” na nich) tworzenia i zmiany „wspólnot interpretacyjnych”, które za Stanleyem Fishem należy rozumieć:

nie jako grupy jednostek, które dzielają jakiś punkt widzenia, lecz raczej jako punkt widzenia bądź sposób organizowania doświadczenia, który wziął w swe władanie pewne jednostki w tym sensie, że [określające go] przyjęte rozróżnienia, kategorie rozumienia oraz warunki ważności i nieważności stały się treścią świadomości członków wspólnoty...⁴

Ponieważ chodzi o specyficzny rodzaj tych zbiorowości, będę je nazywał „wspólnotami memetycznymi”, kładąc nacisk na to, że w ich przypadku interpretacja czy „sposób organizowania doświadczenia” wyraża się i podlega identyfikacji głównie przez obieg i przetwarzanie memów. Nawiasem mówiąc, można tutaj dostrzec podobieństwo do tradycyjnej już kategorii subkultur, również posługujących się określonym, wyrazistym zestawem informacji kulturowej i konwencji, które służą identyfikacji grupy. Jednak Internet i media społecznościowe wprowadzają na tyle swoisty kontekst, że należy mówić już o zupełnie innym zjawisku. W odróżnieniu od subkultur, wspólnoty memetyczne cechują się dużą elastycznością, ciągłą zmiennością repertuaru memów, dynamicznym adaptowaniem nowych konwencji (dlatego sporządzenie zamkniętego katalogu memów, przypisanego do jakiegoś zjawiska, jest bezcelowym przedsięwzięciem) i o wiele większą płynnością kryteriów przynależności czy pozostawania poza grupą. Obejmują też zwykle o wiele mniejszy obszar kulturowy (od zjawisk w skali mikro – jednego motywu, przedmiotu czy postaci), pozwalając na wiele różnych kombinacji z innymi tożsamościami. Modelowym przykładem mogą być tutaj strony (*fanpages*) pochodzące z sieci Facebook, których zasięg jest teoretycznie bardzo szeroki (każdy użytkownik sieci może kliknąć przycisk „Lubię to”), ale mimo to okazuje się, że cechuje je pewna elitarność. Oczywiście granice wspólnot wyznaczają nie wirtualne struktury, ale punkty widzenia – dlatego zakres wspólnot memetycznych nie pokrywa się z użytkownikami czy fanami danej strony, ale obejmuje wszystkich tych, którzy identyfikują się z wykorzystywanymi w niej

4 S. Fish *Interpretacja, retoryka, polityka*, przeł. K. Arbiszewski [i in.], Universitas, Kraków 2002, s. 251.

konwencjami. Właśnie niektórym z tych *fanpages* chciałbym się przyjrzeć bliżej, by wskazać kilka istotnych aspektów polityki i pragmatyki ich działania.

Jesteś tym, co lubisz

Warto, po pierwsze, zauważyć, że w przypadku memów na pierwszy plan wysuwa się performatywny wymiar wypowiedzi. Nie służą one ściśle komunikacji jakiegoś stanu rzeczy, ale wywoływaniu działania, reakcji na dany mem. Ewolujiści zwracają uwagę przede wszystkim na to, że tym efektem jest już samo powielenie danego obrazu, dźwięku, tekstu czy innej reprezentacji danej idei, a więc replikacja i przedłużenie jej żywotności⁵. Oprócz tego należy jednak uwzględnić specyficzne warunki, stwarzane przez serwisy społecznościowe, które umożliwiają użytkownikom różne interakcje. Polubienie czy skomentowanie danego memu oznacza nie tylko, że trafił on na płodny grunt i „zaraził” kolejnego osobnika, ale umożliwia użytkownikowi publiczne potwierdzenie znajomości wykorzystanych w nim konwencji. Tym samym tego rodzaju gest staje się utożsamieniem z określoną wspólnotą interpretacyjną. Podobną rolę pełni polubienie fanpage’u zbierającego i regularnie publikującego nowe memy danego rodzaju.

Można zresztą przedstawić tę sytuację od strony nadawcy – zaprezentowanie czegoś na swoim profilu jest zarówno przedłużeniem życia jakiejś informacji, jak i sprowokowaniem działania ze strony innych, zaproszeniem ich do wyrażenia np. w formie komentarza lub polubienia, swojej przynależności do wspólnoty osób dzielących i rozumiejących konwencję. Pytanie postawione w tytule artykułu, „Czy znasz ten mem?” (a także pytania pokrewne: „Czy podzielasz mój punkt widzenia? Czy mamy podobne doświadczenia, podobną wiedzę i zainteresowania?”), właściwie nigdy nie pada wprost, ale każde udostępnienie można w mniejszym lub większym stopniu odczytywać jako jego odpowiednik. Im dana konwencja trudniejsza w rozpoznaniu, bardziej hermetyczna, tym większy potencjał dystynktywny takiego zabiegu – dzięki wykorzystaniu bardzo specyficznych memów można np. szybko rozpoznać, kto podziela nasze poczucie humoru bądź ma podobne wspomnienia z dzieciństwa.

5 Na temat „memu” jako pojęcia wykorzystywanego do opisu (pop)kultury por. A. Walkiewicz *Czym są memy internetowe? Rozważania z perspektywy memetycznej*, „Teksty z Ulicy. Zeszyty Memetyczne” 2002 nr 14, s. 49–69. Por. także S.R. Blackmore *Maszyna memowa*, przeł. N. Radoski, Rebis, Poznań 2004; R. Brodie *Wirus umysłu*, przeł. P. Turcki, TeTa Publishing, Łódź 1994.

Dobrym przykładem takich zachowań są profile bazujące na nostalgii do lat 90. – należy do nich m.in. *fanpage Jestem vintage, mam komunię na VHS*⁶ czy (nieco bardziej wysublimowane) *Stare zdjęcia polskich celebrytów*⁷. Strony z tego nurtu przypominają zjawiska charakterystyczne dla ostatniego dziesięciolecia XX wieku, a jednocześnie umożliwiają zmanifestowanie tożsamości osobom, które wtedy dorastały. Odbywa się to przez prezentację charakterystycznych przedmiotów programów, utworów muzycznych bądź postaci, które były elementem zwyczajnego życia, a po roku 2000 odeszły w zapomnienie (jak np. kasyety magnetofonowe). Istotnym elementem przeżywania nostalgii okazuje się tutaj zdystansowanie od pokolenia, które nie podziela zarówno przywoływanych doświadczeń, jak i entuzjazmu wobec przypomniania charakterystycznych motywów z lat 90. *Nineties* często bywają przeciwstawiane tożsamości „pomilenijnej” (zwykle identyfikowanej z bliżej nieokreślonymi „gimnazjalistami”, stąd profil „Gimby nie znajom”). Pamiętając o pierwotnej definicji memu, można wskazać tutaj pewną formę konkurencji, jednak nie między samymi jednostkami kulturowej informacji, a kompleksowymi sposobami postrzegania rzeczywistości przez pryzmat określonych doświadczeń.

Innym wartym uwagi przykładem jest *fanpage „Typowy Seba”*⁸, który kreuje obraz przeciętnego „chłopaka z podwórka”, posługującego się mało wyrafinowanym językiem i używającego charakterystycznych fraz, z których wiele osób na pewno miało okazję korzystać w czasach szkolnych, najczęściej w związku z podwórkowymi rozgrywkami piłki nożnej (jak „Renka, nabita”, „Proszę Pani, czy Mati wyjdzie?” czy „Daj łyka”⁹). Aktywność użytkowników tego profilu jest bardzo charakterystyczna – najczęściej podejmują oni specyficzną grę, komentując wpisy za pomocą kolejnych powiedzeń i wzajemnie odpowiadając sobie w „typowo sebowym” idiomie i za pomocą mocno uproszczonej ortografii. Trzeba przyznać, że wymaga to specyficznych kompetencji. Mamy

6 *Jestem vintage, mam komunię na VHS*, <https://www.facebook.com/pages/jestem-vintage-mam-komuni%C4%99-na-VHS/135532859869255> (1.11.2013).

7 *Stare zdjęcia polskich celebrytów*, <https://www.facebook.com/pages/Stare-zdjecia-polskich-celebrytow/713694858706823> (1.05.2015).

8 *Typowy Seba*, <https://www.facebook.com/typowy> (1.11.2013). Por. także dokładniejsze studium: Ł. Łoziński *Memy – emblematy. Typowy Seba i Typowy Mirek*, „Polisemia” 2014, nr 1, <http://www.polisemia.com.pl/numery-czasopisma/NUMER-12014-12/ukasz-oziski--memy--emblematy-typowy-seba-i-typowy-mirek> (1.05.2015).

9 Niewybredna ortografia jest w tym przypadku istotną częścią memu, dlatego zachowuję oryginalną pisownię.

tu do czynienia z przykładem wyraźnego zawężenia grupy odbiorców – do tych, którzy są w stanie rozpoznać oraz naśladować konwencję językową i wizualną (profil jest utrzymany w topornej, „blokerskiej” estetyce). Również i ten *fanpage* wpisuje się w nurt nostalgii, korzystając w dodatku z twórczego potencjału uczestników specyficznej gry, jaką proponuje.

Opisany przykład staje się jeszcze bardziej interesujący, jeśli weźmiemy pod uwagę, że szybko powstała modyfikacja strony w postaci „Tebowego Sebka”¹⁰. Zamiast „Matiego” mamy tutaj „Maatiego”, zamiast „Grubego” pojawia się „Grubernabis”, a „chatę” zastąpiła „piramida”. W tym przypadku kryteria rozumienia zostały zaostnione w stosunku do oryginału. Konieczna jest nie tylko szkolna wiedza o starożytnym Egipcie (oczywiście głównie stereotypowa), ale także opanowanie konwencji bazowej, a nawet, jak się okazuje, wielu innych, ponieważ *fanpage* korzysta z innych popularnych memów, „przepisując” je we własnej stylistyce. Wydaje się zresztą, że taka jest ogólna tendencja tego zjawiska: memy stopniowo komplikują się, a kolejne odmiany zawężają grono odbiorców i specjalizują swój kontekst. *Tebowy Sebek* jest też niewątpliwie atrakcyjny dla osób, którym przeszkadzała zbyt „podwórkowa” formuła profilu źródłowego, ponieważ przenosi wykorzystane tam chwytły w bardziej wysublimowany kontekst.

Memy, które zdobyły popularność, zużywają się wraz z ich rozpowszechnianiem. Kiedy stają się zrozumiałe dla ogółu, tracą swój walor dystyngtywny – funkcję odróżniania wspólnot memetycznych. Wtedy odchodzą w niepamięć bądź (czasami, jeśli dany mem na to pozwala) korzysta się z nich do przekazywania komunikatów, które *explicite* wyrażają. Dla przykładu: moda na schematyczne obrazki z podpisem, które najczęściej kojarzymy z kategorią memów internetowych, rozpoczęła się od bardzo prostych twórców, tzw. *rage faces*, które właściwie były graficznymi odpowiednikami określonych wypowiedzi. Po pierwsze, miały bardzo szerokie zastosowanie, ponieważ można było je wpisać łatwo w wiele różnych kontekstów. Po drugie, z początku ich znaczenie było znane tylko nielicznym, ale stopniowo się upowszechniało. Efekt wyróżnienia się i identyfikacji z grupą użytkowników będących na czasie z nowymi zjawiskami internetowymi początkowo był bardzo łatwy do osiągnięcia, ponieważ wystarczyło samo użycie jakiegokolwiek mema. Z biegiem czasu popularność *rage faces* wyraźnie osłabła – stały się znane wszystkim, obecnie niewiele już mówią o tym, kto ich używa. Oczywiście osobną kwestią byłby przypadek, gdyby jakaś osoba wyraźnie zasygnalizowała, że nie

¹⁰ *Tebowy Sebek*, <https://www.facebook.com/TebowySebek> (1.11.2013).

zna tej konwencji – wtedy naraziłaby się na wykluczenie jako nieposiadająca kompetencji, które są już podstawą uczestnictwa w social mediach. Mówiąc bardziej metaforycznie, byłaby „barbarzyńcą” w źródłowym znaczeniu, to znaczy kimś, kto nie potrafi się wypowiadać w „naszym” języku. Tak czy inaczej, obecnie *rage faces* występują właściwie tylko w konfiguracjach z innymi memami i w towarzystwie innych, mniej rozpoznawalnych konwencji. Podobnie jak emotikony, służą także do wyrażania emocji i komunikatów, które są im przypisane, a nawet do konstruowania całych wypowiedzi.

Czy łatwo obrazić MISH-owca?

Wyróżniając klasę performatywów, John Langshaw Austin zauważył, że w odróżnieniu od wypowiedzi konstatywnych, nie stosuje się w nich kryterium prawdy i fałszu, ale fortunności i niefortunności. Zadaniem performatywów nie jest stwierdzanie czy opisywanie jakiejś tezy, ale wywoływanie efektu w postaci działania. Ta obserwacja w przypadku memów jest bardzo trafna – i to nie tylko dlatego, że rzadko podejmuje się poważną dyskusję z tym, co *explicite* wyrażają (a jeśli już się to zdarza, to zwykle jest traktowane z pobłażliwością i ironią). O wiele częściej krytykuje się (lub pomija całkowitym milczeniem, co w *social media* bywa najgorszą „karą”) nieudolne, niezgodne z konwencją użycie memu, które jest dowodem braku opanowania reguł rządzących daną wspólnotą i jej języka. Kryterium fortunności przeważa zwykle tak bardzo, że uzyskiwane działanie, efekt uczestnictwa, może być zupełnie niezgodny z komunikatem, jaki *explicite* przekazuje dany mem.

Jako wymowny przykład może tutaj posłużyć strona „MISH to straszna buceria”¹¹, na której publikowane są treści zdecydowanie krytyczne wobec uczestników studiów międzywydziałowych. Już sam tytuł powinien ich zniechęcać, gdyby potraktować go jako standardowy komunikat – czyli, zgodnie z kategoriami Austina, wziąć pod uwagę jego wymiar lokucyjny. Tymczasem znaczną część fanów, jeśli nie większość, stanowią właśnie studenci MISH. Dzieje się tak zapewne nie dlatego, że zgadzają się oni ze swoją karykaturalną charakterystyką, ale ponieważ właśnie oni potrafią najpełniej zrozumieć te memy i wykorzystać ich wspólnototwórczy potencjał. Dzięki temu, paradoksalnie, grupa ta stanowi wspólnotę ludzi, którzy identyfikują się z tożsamością MISH-owca, a nawet w specyficzny sposób ją celebrują. Oczywiście

¹¹ MISH to straszna buceria, <https://www.facebook.com/pages/MISH-to-straszna-buceria/552604094789140> (1.11.2013).

muszą posiadać przy tym odpowiedni dystans do własnej afiliacji i dużą dozę ironii. „Obcy”, zajadły krytyk, którego memy zakładają jako nadawcę i odbiorcę komunikatu, pozostaje tutaj bardziej tekstową figurą niż rzeczywistym adresatem grupy. Performatywny wymiar memów oznacza zatem również i to, że w tym specyficznym rodzaju społecznej gry, jaką są *social media*, często bywa istotne nie tyle to, czy zgadzamy się z komunikatem danego obrazka, ale raczej pokazanie, że posiadamy kompetencję rozumienia go. Najwyżej cenioną reakcją jest zaś twórcze przetworzenie wykorzystanych w nim schematów.

Memy – perswazja poprzedzająca komunikację

Memy internetowe pozwalają dostrzec, jak złożone są zasady rządzące mediami społecznościowymi. Często bywają opisywane z perspektywy komunikacji, wymiaru lokucyjnego, który w *social media* wychodzi zwykle na pierwszy plan dopiero wtedy, gdy dany mem zostanie już całkowicie oswojony przez użytkowników. Zanim to się stanie, mem służy jako narzędzie różnorodnych operacji perswazyjnych. Za pomocą niewinnych, jakby mogło się здаwać, obrazków, filmów i innych „jednostek informacji kulturowej” kształtują się, regulują i zmieniają różne obrazy świata, z którymi może utożsamiać się podmiot – a wszystko to odbywa się w przyjemnym, niezobowiązującym klimacie rozrywki. Okazuje się, że są to narzędzia na tyle atrakcyjne i skuteczne, że przeżywają dzisiaj swój prawdziwy rozkwit. Szybko zresztą zauważono, że ich potencjał perswazyjny ma nie tylko wartość symboliczną, ale może przynieść korzyści materialne. Nie bez przyczyny wiele firm korzysta dzisiaj w Internecie z memów, by zaangażować użytkowników w kreowany przez siebie obraz świata i pogłębić ich identyfikację z lansowaną marką.

Podjęcie polityczne, które starałem się tutaj w bardzo ograniczonym zakresie przedstawić i wykorzystać do analizy niektórych przypadków, odróżnia się od najczęściej spotykanego podejścia ewolucjonistycznego. Umożliwia opisanie nie tyle struktury obiegu informacji i walki memów o przetrwanie, co skomplikowanej wymiany identyfikacji i różnych sposobów konstruowania płynnej, wirtualnej tożsamości. Pokazuje także, w jaki sposób uczestnictwo w internetowych grach społecznych, w kategoriach których można opisywać serwisy społecznościowe, komplikuje myślenie o podmiotowości, stwarzanej w wirtualnym świecie z wielu heterogenicznych elementów.

Abstract

Michał Koza

JAGIELLONIAN UNIVERSITY (CRACOW)

Do You Know This Meme? Pragmatics and Politics of Internet Interpretative Communities

The article explores the small electronic media communities that gather around Internet memes. While taking into account the evolutionary genesis of the term "meme," first coined by Richard Dawkins, Koza proposes an alternative, pragmatic-political approach to the phenomenon. By grouping together those users of social media who understand them, memes become interpretative communities or "memetic communities." Such communities have their own rules and create new exclusive idioms. The article aims to show that the specific context of social networks makes the communicative aspect of memes – the information they try to convey – less important than the persuasive one.

Keywords

meme, politics of communication, Internet, Facebook, identity, subjectivity, virtuality.