

**Kreowanie sensów
w komunikacji internetowej:
mem, stereotyp, mit**

Aleksandra Klimkiewicz # Żanna Sładkiewicz # Marcin Trendowicz

Kreowanie sensów w komunikacji internetowej: mem, stereotyp, mit



Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego
Gdańsk 2025

Recenzent
Dr hab. Katarzyna Kuligowska, prof. UAM

Redaktor Wydawnictwa
Jerzy Toczek

Projekt okładki i stron tytułowych
Filip Sendal

Skład i łamanie
Mariusz Szewczyk

Publikacja sfinansowana ze środków
Programu Humanistyki Gdańskiej
oraz Wydziału Filologicznego Uniwersytetu Gdańskiego

© Copyright by Uniwersytet Gdański
Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego

ISBN 978-83-8206-705-7
ISBN 978-83-8206-725-5 (online)

Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego
ul. Armii Krajowej 119/121, 81-824 Sopot
tel. +48 58 523 11 37, tel. kom. +48 725 991 206
e-mail: wydawnictwo@ug.edu.pl
wydawnictwo.ug.edu.pl

Księgarnia internetowa: wydawnictwo.ug.edu.pl/sklep/

Druk i oprawa
Zakład Poligrafii Uniwersytetu Gdańskiego
ul. Armii Krajowej 119/121, 81-824 Sopot
tel. +48 58 523 14 49

SPIS TREŚCI

Wstęp	7
-----------------	---

Rozdział 1

Mem, stereotyp, mit

Mem we współczesnych badaniach lingwistycznych	13
Problemy definicyjne memu	13
Cechy charakterystyczne i właściwości memów	17
Komiczny potencjał memów	20
Wybrane klasyfikacje memów	22
Mem jako mitologem	25
Stereotyp i mit jako kognitywne podstawy memów	27
Oni-obcy w świadomości zbiorowej i języku	27
Mit narodowy, mit polityczny, mitologem – zakres pojęciowy	29
Podsumowanie	37

Rozdział 2

Memy-stereotypy: wróg i mit w nieformalnym dyskursie społecznym

Stereotypy etniczne o Rosji i Rosjanach	39
Hasztagi jako nośniki stereotypów etnicznych	42
#rosja: konteksty i stereotypy	46
Memiczny potencjał społecznych aktów nazewniczych	57
Rosyjscy dowódcy w memach: analiza stereotypów	60
Podsumowanie	71

Spis treści

Rozdział 3

Mit jako narzędzie kreacji obrazu świata i kształtowania opinii publicznej. Ewolucja mitologemu „Rosja wstaje z kolan” w mediach propagandowych oraz w refleksji sieciowej

Geneza mitologemu „Rosja wstaje z kolan”	74
„Desakralizacja” mitu politycznego	80
Analiza korpusu	80
Podsumowanie	90

Rozdział 4

Mit bohatera: Stirlitz – z kart powieści do internetu

Z kart powieści do serialu telewizyjnego	94
Od gwiazdy serialu telewizyjnego do bohatera dowcipów	100
Od bohatera dowcipów do bohatera memów	106
Od Stirlitza do Putina	122
Podsumowanie	136
Zakończenie	141
Bibliografia	147
Źródła rysunków	163
Streszczenie	167
Summary	171
Резюме	175
Noty o autorach	179

WSTĘP

W niniejszej publikacji podejmujemy zadanie istotne z punktu widzenia pragmatyki komunikacji językowej, związane z analizą wybranych memów internetowych odzwierciedlających praktyki kognitywno-językowe i kształtujących ważne społecznie sensy oparte na stereotypach, mitach, bohaterach i antybohaterach. Stoimy na stanowisku, że memy internetowe są jednym z kluczowych elementów współczesnej komunikacji sieciowej i mają wyraźny wpływ na kształtowanie opinii publicznej, utrwalanie, transmitowanie i renegotjowanie stereotypów oraz powstawanie i rozprzestrzenianie mitów politycznych i kulturowych w świadomości odbiorców. Analiza ich funkcji i wpływu może przyczynić się do lepszego zrozumienia dynamiki komunikacji w sieci oraz poznania mechanizmów tworzenia i utrwalania wirtualnych treści w różnych przestrzeniach dyskursywnych. Takie podejście pozwala nam przedstawić obecny stan komunikacji internetowej na różnych poziomach poprzez analizę praktyk komunikacyjnych wyrażonych w memach, zbadać rolę memów w rozpowszechnianiu stereotypów, mitów politycznych i kulturowych oraz dokonać oceny znaczenia tych jednostek jako hiperproduktów działalności kognitywnej.

Rozważania dotyczące kreowania sensów w komunikacji internetowej za pomocą memów zaanonсовane w tytule wymagają osadzenia przedmiotu i obiektu badania w wirtualnej przestrzeni komunikacyjnej. Przestrzeń ta, ukształtowana w ramach cyberkultury, tworzy złożony obszar badawczy, odnoszący się do ewolucji społeczeństwa, w którym internet i komunikacja online pełnią centralną rolę. W kontekście społecznym cyberkultura obejmuje transformacje w sposobach komunikacji i korzystaniu z technologii w codziennym życiu. Takie pojęcia, jak społeczność online, cyfrowi

użytkownicy czy memy internetowe stają się integralną częścią współczesnej kultury, kształtując również sposoby, w jaki ludzie komunikują się i wyrażają swoje przekonania.

Wyłonienie cech współczesnej komunikacji sieciowej oraz charakterystyka pragmatyki komunikacyjnej w wybranych wspólnotach sieciowych, wraz z wyjaśnieniem ważnych dla niej pojęć, takich jak mem internetowy, hipertekst, folksonomia w ujęciu kulturowym i językoznawczym, umożliwi nam zaprezentowanie badań przeprowadzonych w polskim i rosyjskim segmencie sieci.

Wirtualna przestrzeń jest środowiskiem społecznym, w którym zachodzą interakcje komunikacyjne w ramach systemów narodowych. Jak pisze Marina Konowałowa:

przestrzeń wirtualna jest inwariantem świata rzeczywistego poznawanego przez człowieka. Ponieważ tylko ludzka świadomość w przestrzeni wirtualnej może łączyć możliwości percepcji, transmisji i syntezy impulsów. To kontynuacja konceptualizowania świata, która ma większe możliwości i szerszy zestaw narzędzi (Коновалова 2013: 97)¹.

Kwestie komunikacji i komunikowania się w przestrzeni internetu są głównym determinantem funkcjonowania człowieka dzisiejszych czasów. Istnienie tej przestrzeni związane jest z pojawianiem się i przejmowaniem wielu zjawisk społecznych o globalnym charakterze, takich jak wirtualne społeczności, wirtualna komunikacja, cyberkultura wraz z jej produktami.

Paradygmat interakcji między autorami zamieszczanych treści i odbiorcami nosi nazwę Web 2.0 lub sieć społeczna, sieć konwersacyjna, internet komunikacji (zob. m.in. Zając, Witek 2011; Maciąg 2013; Sareh, Nematbakhsh, Farsani 2012). Użytkownicy tworzą środowisko partycypacyjne – posiadają uprawnienia do kreowania przestrzeni internetu i są architektami komunikacji, która dzięki zróżnicowanym multimedialnym kanałom przekazu przebiega wieloformatowo (tekst, dźwięk, obraz, wideo) i wielokierunkowo

¹ Wszystkie tłumaczenia w tekście zostały wykonane przez autorów.

Wstęp

(każdy użytkownik może brać udział w komunikacji, będąc jednocześnie nadawcą i odbiorcą komunikatów). Umożliwia to zróżnicowane i bogate doświadczenia komunikacyjne.

Integracja użytkownika z platformami społecznościowymi jest kluczowym elementem przestrzeni komunikacyjnej 2.0, która umożliwia szybki dostęp do informacji, interakcje, personalizację treści oraz zwiększa dostępność i zasięg komunikacji.

Nasze badania wskazują, że

komunikacja sieciowa to proces kreatywny, ponieważ za jego pośrednictwem nie tylko transmitowana i przyswajana jest wiedza o świecie, ale konstruowane są nowe pojęcia. Jest to także proces symboliczny, gdyż bez znajomości wspólnego indeksu semantycznego i semiotycznego w komunikacji proces ten ulega zaburzeniom (Klimkiewicz 2022a: 230).

W komunikacji cyfrowej dominuje pisemna forma języka potocznego, tak zwane pismo mowy:

Ważną cechą komunikacji internetowej jest *anonimowość*, dająca użytkownikom możliwość tworzenia dowolnych tożsamości internetowych. Zasadniczym aspektem komunikacji sieciowej jest *różnorodność społeczna i kulturowa*, które uwalniają jej uczestników od przypisanych ról społecznych i statusowych oraz *bezpośredniość w kontakcie*, przejawiająca się w pomijaniu form grzecznościowych i etykiety językowej. Znaczącą cechą komunikacji sieciowej jest potrzeba *komunikowania się z innymi użytkownikami i komunikowania o sobie*, manifestowania własnych postaw, wartości i potrzeb. Komunikacja sieciowa jest *atemporalna i temporalna*, przy czym na uwagę zasługuje aspekt konsekwentności, czyli naprzemiennie następujących akcji i reakcji. Przestrzeń tę charakteryzuje również *multikonwersacyjność* rozumiana jako komunikacja synchroniczna z różnymi użytkownikami (Klimkiewicz 2022a: 230).

W sieci dynamicznej konwersacji istotna jest możliwość pełnego uczestnictwa, szybkość reakcji na wydarzenia społeczne i przedstawianie własnego punktu widzenia. Zatem we współczesnej komunikacji internetowej

użytkownicy sieci nie są wyłącznie biernymi odbiorcami publikowanych treści, ale także ich twórcami.

Prymarną funkcję zyskuje atrakcyjność komunikatów i łatwość ich odbioru. Między innymi dlatego w przestrzeni Web 2.0 ogromną popularnością cieszą się memy internetowe. Są one jednym ze sposobów, w jaki społeczności online komunikują się i budują wspólnoty. Memy są obiektami przekazującymi informacje, służą do komentowania codzienności lub po prostu do nawiązywania relacji między ludźmi. Stały się one nieodłącznym elementem kultury internetowej, pełniąc nie tylko funkcję rozrywkową, ale również społeczną opartą na strategiach perswazyjnych (np. wpływ na kształtowanie opinii i postaw, zachowania społeczne, prezentacja trendów, szerzenie dezinformacji i in.). Według Anny Gumkowskiej w przypadku memów ma miejsce „powtarzalne konstrukcyjne połączenie trzech elementów: ikony, słowa i ironii, które wspólnie wytwarzają nadwyżkę semantyczną” (Gumkowska 2015: 229).

Memy jako wytwory wspólnotowej kultury sieciowej najczęściej są nośnikami stereotypów i mitów stanowiących podstawę do kreacji sensów.

Współcześnie nikt nie ma wątpliwości, że życie społeczne i polityczne jest przepełnione narracjami wartościującymi opartymi na mitach i stereotypach, które swoją drogą są generatorem współczesnych mitologii i ideologii. Na podstawie stereotypów i mitów konstruowane są zarówno nowoczesne kampanie wyborcze, jak i podejmowane ważne decyzje w polityce wewnętrznej i zewnętrznej. Powyższe narratywy budują wartości i normy, przedstawiają struktury zbiorowej wizji przyszłości. Pomimo pozornej racjonalizacji świadomości znaczenia mitów – w tym powielanych i rozpowszechnianych w postaci memów przez media masowe – w funkcjonowaniu dzisiejszych społeczeństw nie da się przecenić.

Mity i stereotypy są głęboko zakorzenione w kulturze społeczeństwa, co powoduje, że w procesie socjalizacji jednostka przyswaja je w sposób automatyczny, a przyswojone postawy mentalne są wzmacniane i utrwalane przez środki masowej komunikacji, w tym media cyfrowe. Raz przyjęte i zakorzenione w świadomości owe szablony myślenia silnie oddziałują na aktywność jednostek. Stanowią przejaw poznania pośredniego (bez

oglądu rzeczy i dowodów jej właściwości), a subiektywnie przyjmowane są jako prawdziwe, w związku z czym badacze uważają, iż stanowią one o „fałszywej świadomości” danej osoby lub zbiorowości (Fromm 2006; Szostak 2010). Zarówno stereotypy, jak i mity pełnią w komunikacji społecznej rolę magiczną, pozwalając skonstruować pożądaną obraz rzeczywistości. Mit odsłania określoną perspektywę oglądu rzeczywistości ubraną w formę obrazu i wartościującej narracji.

Mity polityczne trafiają w Polsce i Rosji na bardzo podatny grunt, ponieważ dają nam poczucie wspólnoty, tożsamości i bezpieczeństwa. W konfrontacjach politycznych w walce o władzę powstają nowe mity wspierające aktualną ideologię.

Zadaniem mitu jest mobilizacja emocji, gdyż procesy stereotypizacji i mityzacji szczególnie nasilają się w momentach zagrożeń zewnętrznych, konfliktów międzynarodowych i wstrząsów społecznych. Rozbudowana polityczna mitologia jest często „reakcją na gwałtowne zmiany, szczególnie takie, które wiążą się z przelewem krwi” (Siewierska-Chmaj, Bilousova 2015: 185). W takich sytuacjach społeczność potrzebuje silniejszej identyfikacji i legitymizacji swoich struktur organizacyjnych, decyzji i działań. W sytuacjach napięcia społecznego oddziaływanie narracji medialnych jest silniejsze, a w nich stereotypy i mity wykorzystywane są jako gotowe klisze, kształtujące postrzeganie świata i opinię społeczną, pewnego rodzaju wartościujące skróty myślowe niewymagające głębszej refleksji. A zatem polityczna mitologia jest ważnym narzędziem z jednej strony do konsolidacji społeczeństwa, a z drugiej – do dzielenia ludzi na „swoich” i „obcych”. Proces identyfikacji z grupą wiąże się także z poszukiwaniem wspólnego wroga, odwieczny „podział na My – Oni wyprzedza o krok każdą rewolucję” (Siewierska-Chmaj, Bilousova 2015: 201).

Mity i stereotypy można uznać za swoistą „symboliczną matrycę nadającą kształt rzeczywistości społecznej – definiują tożsamość, budują ufność i wiarę, że zjednoczony naród pokona przeciwności losu na drodze do lepszej przyszłości” (Siewierska-Chmaj, Bilousova 2015: 201). W kontekście wydarzeń ostatnich lat procesy te mają szczególne znaczenie. Na stronach niniejszej monografii zbadamy zarówno podstawy teoretyczne implikujące

Wstęp

refleksję o pojęciach tytułowych – mem, stereotyp, mit – jak i zaprezentujemy lingwistyczną analizę wybranych wycinków owego obszernego dyskursu, które wydają się wyjątkowo ciekawe i ważne w świetle zrozumienia najnowszych dziejów oraz reakcji mentalnych w Polsce i Rosji.

Mamy nadzieję, że książka spotka się z życzliwym przyjęciem osób interesujących się procesami kodowania wartości i postaw w tekstach wielokodowych i formatach multimedialnych. Jej rozdziały tworzą pewną całość, zarazem jednak każdy z nich stanowi odrębne studium. W założeniu autorskim proponowany układ monografii ma sprawić, że jej lektura pozwoli na stosunkowo swobodny i dostosowany do indywidualnych oczekiwań porządek odbioru.