

O, memo! Recenzja artykułu Marty Juzy, *Memy internetowe – tworzenie, rozpowszechnianie, znaczenie społeczne*, „Studia Medioznawcze” 2013, nr 4

Media wyznaczają puls życia społecznego, a więc jakiegokolwiek *désintéressement* wobec nich, również w świecie nauki, nie jest już możliwe. Cieszy zatem rozwój czasopiśmiennictwa naukowego poświęconego studiom medioznawczym, które – należy się tego po nich spodziewać, a także od nich tego wymagać – podejmują tę ważną problematykę. Do periodyków takich należą między innymi „Studia Medioznawcze”, organ Instytutu Dziennikarstwa UW. Jako prasoznawca, na dodatek od dłuższego już czasu poza krajem, z olbrzymim zaciekawieniem sięgnęłam po numer 4/2013. Moją uwagę zwrócił bowiem wielce obiecujący nagłówek: *Memy internetowe – tworzenie, rozpowszechnianie, znaczenie społeczne*. Autorka Marta Juza – myślałam sobie – należy pewnie do tej generacji młodych uczonych, która rozumie świat mediów jak należy, a więc: interdyscyplinarnie! Nie stroni nawet od (coraz mi bliższej i dobrze już znanej w krajach anglo- i niemieckojęzycznych) memetyki, o czym dobitnie świadczy tytuł jej naukowego artykułu.

I jak to po artykule naukowym, spodziewałam się, zwłaszcza na początku, w miarę precyzyjnych definicji terminów użytych w tytule, a przynajmniej uściślenia przedmiotu badań i wskazania stanowisk, do których autorka się odnosi, na których swój warsztat buduje, z którymi polemizuje albo wręcz je obala. Tymczasem, ku mojemu rozczarowaniu, zamiast nich Juza wprowadza *Krótką charakterystykę zjawiska*, w której czytamy między innymi:

Pojęcia „memy internetowe” używa się najczęściej na określenie pewnych rodzajów informacji rozpowszechnianych przez użytkowników internetu między sobą. Tymi informacjami mogą być zdjęcia, filmy (najczęściej krótkie), teledyski, grafiki, teksty, cytaty, oraz rozmaite ich połączenia [...].¹

Pomijając fakt, że ani zdjęć, ani filmów, ani innych dalej wymienionych przez autorkę mediów nie można uznać za informacje *sensu stricto*, a jedynie za przekazniki tychże, o czym od kilkudziesięciu lat przekonują nauki wywodzące się ze strukturalizmu, dziwi w naukowym tekście bezosobowa forma wielu odniesień, w rodzaju: „używa się”, „określa się”, „wydaje się”. Forma ta, jak w trakcie lektury wkrótce odkryłam, jest jednym z ważniejszych pilastrów logiki argumentacyjnej wypowiedzi autorki. Od razu dodam – zresztą jedynym stabilnym i widocznym pilastrem.

¹ M. Juza, *Memy internetowe – tworzenie, rozpowszechnianie, znaczenie społeczne*, „Studia Medioznawcze” 2013, nr 4, s. 49.

Lwia część artykułu, a szczególnie fundament wiedzy memetycznej, do której odniesienie wydawałoby się tu najoczywistsze, prezentuje się w dociekaniach Juzy dziwnie mgliście, by nie powiedzieć wręcz miałko. A nie jest to najwłaściwszy fundament dla jakichkolwiek pilastrów. Zacznijmy zatem od zbadania, na jakim gruncie wspiera się konstrukcja zbudowana przez tę medioznawczynię.

We wspomnianej *Krótkiej charakterystyce zjawiska* ustalając pozornie, co stanowi przedmiot jej badań, Juza pisze: „Terminem »memy internetowe« określa się również pewne przyjęte wśród internautów zwyczaje, sposoby wypowiedzania się czy powtarzające się motywy lub tematy rozmów”². Co ciekawe, mimo istnienia kilku już przynajmniej prac polskich, definiujących „mem internetowy” (np. Kołowieckiego, Kamińskiej, Sieńki) i całego numeru czasopisma „Teksty z Ulicy. Zeszyt memetyczny” 2012, nr 14 poświęconego memom tego właśnie rodzaju, autorka przedstawia na swoim „określa się”, bez wskazania jakiegokolwiek literatury. Z samym „memem” (bez „internetowy”) jest jeszcze gorzej. A nawet, powiedziałabym, fatalnie. Właściwe bowiem odwołanie do twórcy terminu, ale i podstaw memetyki – biologa Richarda Dawkinsa, którego Juza na szczęście nie przeoczyła – niestety jasno wskazuje, iż koncepcja dawkinsowska znana jest jej tylko „z drugiej ręki”, a i to bardzo pobieżnie. Dowodem na to jest nie tylko brak przywołania definicji, jaką proponuje Dawkins (a proponuje dość precyzyjnie), ale przede wszystkim ironizujący sposób „interpretacji” ewolucji memów. Z naukowym dyskursem na temat niewątpliwie spornych jeszcze metod memetycznych w badaniu zjawisk społecznych spotykam się również w literaturze niemieckojęzycznej, nigdy jednak nie ma w nim cienia ironii czy lekceważenia. Albo się tę metodę przejmuje do badań, albo się ją dyskutuje lub po prostu odrzuca³! Marta Juza zaś bardzo niekonsekwentnie akcentuje jedynie strzępy myślenia memetycznego. Czytamy np., że: „zapoczątkowany przez Dawkinsa kierunek teoretyczny zwany memetyką utrzymuje, że memy – podobnie jak geny – rozprzestrzeniają się, podlegają procesom mutacji i replikacji, a o ich przetrwaniu decyduje dobór naturalny”⁴. Cóż, wystarczyłaby zapewne uważna i własna lektura *Samolubnego genu*, aby spostrzec, że Dawkins, przyjąwszy hipotetycznie istnienie jednostek dziedziczności kulturowej, których przykładem, jak pisze „są melodie, idee, obiegowe zwroty, fasony ubrań, sposoby tworzenia ceramiki czy wykonywania luków”⁵, mówi raczej o doborze kulturowym, a nie naturalnym. Być może jednak i samodzielna lektura nie dałaby pożądanych rezultatów, ponieważ, jak widać z dalszych wywodów zawartych w *Krótkiej charakterystyce zjawiska*, badająca tworzenie, rozpowszechnianie się i społeczne znaczenie memów internetowych autorka nie pojmuje właśnie fundamentalnych ustaleń, między innymi tego, czym jest ewolucja

²Tamże, s. 49.

³Od lat trwa np. w Niemczech nieprzerwana dyskusja nad tzw. *Manifestem*, artykułem informującym o stanie badań nad mózgiem człowieka. (Por.: „Gehirn und Geist” 2004, nr 6, 2013, nr 1–2). Udział w niej biorą wybitni neurolodzy, psycholodzy, ale i ekonomiści, kulturoznawcy itp. Dysputa ta pozostaje oczywiście w pośrednim związku z memetyką, którą przede wszystkim należy rozumieć jako propozycję metody badań zjawisk społecznych, a o za tym idzie: kulturowych. Od lat też w Niemczech nie tylko dyskutuje się temat potrzeby uściślenia badań humanistycznych, ale również podejmuje próby wdrażania nowych metod do badań, tak, by – jak tego należy się po praktycznych Niemczech spodziewać – przyniosły one **wymierną korzyść**. Nie lekceważą memetyki nastawieni na zyski znawcy marketingu, propagandy, reklamy i internetu. (Por.: „Gehirn und Geist” 2004, nr 3, 2004, nr 6 lub pozycje naukowe w rodzaju: M. Hammerlein, *Marketing 2.0. Neue Strategien, Chancen und Riskiken der digitalen Mundpropaganda*, Diplomata, Hamburg 2009; R. Breitenstein, *Memetik und Ökonomie. Wie di Meme Märkte und Organisationen bestimmen*, LIT, Münster–Hamburg–London 2002.

⁴M. Juza, *Memy internetowe...*, s. 49.

⁵R. Dawkins, *Samolubny gen*, przeł. M. Skoneczny, Prószyński i S-ka, Warszawa 1996, s. 266.

memów i środowisko wywierające presję. Pisze tak: „trudno bowiem byłoby wskazać takie memy internetowe, które przetrwałyby dłuższy czas dzięki znakomitemu przystosowaniu do środowiska – nie wiadomo zresztą, co w tym kontekście miałyby oznaczać środowisko”⁶. Mogę, co prawda, już tu podpowiedzieć Marcie Juzie, że tym środowiskiem byłyby po prostu środowisko internetu, do którego replikujące się memy muszą się przystosować, aby przetrwać, ale doprawdy napisano już o tym wiele wnikliwych i naukowych rozpraw. Stanowią one zresztą kolejne zaprzeczenie nonszalanckich stwierdzeń autorki, jakoby

w kręgu nauk społecznych memetykę przyjęto z dużym dystansem, głównie z uwagi na proponowane przez nią zanegowanie roli człowieka jako świadomego twórcy kultury, ale również ze względu na nieudane próby zastosowania teorii biologicznych przy wyjaśnianiu zjawisk kulturowych.⁷

Wychodząc z założenia, że trudno mówić o „nieudanych próbach” – skoro w świecie naukowym nadal trwa poważna na ten temat dyskusja – a i w Polsce odnotowujemy szereg ważnych prac (najwyraźniej nieznanymi autorce, bo nigdzie nie przywołanych), szczerze polecam następujące z nich: D. Wężowicz-Ziółkowskiej *Moc narrativum. Idee biologii we współczesnym dyskursie humanistycznym*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2008; rozprawy pomieszczone w książce *Infosfera. Memetyczne koncepcje kultury i komunikacji*, pod red. D. Wężowicz-Ziółkowskiej, Wydawnictwo WSZOP, Katowice 2009; liczący prawie 100 stron rozdział w pracy Jacka Lejmana *Ewolucja ludzkiej samowiedzy gatunkowej. Dzieje prób zdefiniowania relacji człowiek-zwierzę*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2008 oraz siedem tomów wspominanych już „Tekstów z Ulicy. Zeszyt memetyczny” (na dodatek dostępnych online). Obcojęzyczne prace aplikujące i rozważające teorię memetyczną na użytek nauk społecznych liczą setki stron, by wskazać tylko na Paula Marsdena – socjologa, Johna N. Graya – politologa i Daniela Dennetta – filozofa, Roberta Wrighta – filozofa, Gerharda Schurza – filozofa i socjologa, Susan Blackmore – psychologa. Najlepszym tego dowodem jest pochodząca z 2001 roku książka *Darwinizing Culture: The Status of Memetics as a Science*, zawierająca głosy m. in.: Daniela Dennetta, Dana Sperbera, Davida Hulla, Roberta Boyda, Susan Blackmore, Henry Plotkina i innych⁸. Podobnie mają się sprawy z wirusową koncepcją szerzących się idei kulturowych, którą świetnie omawia Richard Brodie (*Wirus umysłu*, przeł. T. Turski, TeTa Publishing, Łódź, 1997), ale wykorzystywaną już przez Edgara Morina (*Zagubiony paradygmat – natura ludzka*, przeł. R. Zimand, PIW, Warszawa, 1977) czy guru współczesnych medioznawców Jeana Baudrillarda (*Przed końcem. Rozmawia Philippe Petit*, przeł. R. Lis, Sic!, Warszawa, 2001).

O zastosowaniu zaś tej koncepcji autorka pisze:

warto wspomnieć również, że krótko po ukazaniu się artykułu Dawkinsa na temat »wirusów umysłu« porównanie do wirusów pewnych informacji – tak różnych, jak dowcipy, legendy miejskie, idee czy religie – pojawiło się również w powieści science fiction pt. *Zamieć*, autorstwa Neala Stephensona.⁹

⁶Tamże, s. 50.

⁷Tamże, s. 49.

⁸*Darwinizing Culture: The Status of Memetics as a Science*, ed. R. Aunger, University of Cambridge, Cambridge 2001.

⁹M. Juza, *Memy internetowe...*, s. 50.

I w ramach wsparcia swego rozpoznania tematu zaraźliwości memów internetowych przywołuje komentarz Mirosława Pęczaka z „Polityki”: „potocznie nazywa się w ten sposób każdy krążący w sieci przekaz z kategorii »śmieszne« – śmiech bywa bowiem zaraźliwy”¹⁰.

W istocie dość to wszystko jest śmieszne, zwłaszcza że pomieszczone w punktowanym czasopiśmie naukowym. Nie ustalam, kogo ośmiesza, ale i utwierdzam się w przekonaniu o pilnej konieczności czytania czasopism medioznawczych.

Czy mimo rozbawienia przeczytałam zatem do końca omawiany tu artykuł Marty Juzy? Oczywiście – tak. Dlaczego?

Dlatego, że stwierdzam, iż Juza – mimo niestarannej krytyki memetyki – właściwie w ogóle jej do swoich wywodów utrzymanych w atmosferze *sensus communis* nie potrzebuje. Artykuł jej nie traktuje bowiem o memach, a o sposobach komunikacji medialnej w internecie ze szczególnym podkreśleniem osoby nadawcy. Ta właśnie jego część, w której powołuje się ona nie tylko na „głos ludu” czy też na „dziwaczne pomysły” memetyków, ale także na aktualną literaturę medioznawczą, odpowiada obiecanej w tytule problematyce. I tu pogratulować można autorce zarówno autentycznego rozeznania w skomplikowanej materii nowych technik medialnych, trafnego doboru literatury naukowej, jak i umiejętności syntetycznego myślenia. Zgrabnie porusza się ona po mapie internetu, trafnie układając hierarchie pomiędzy poszczególnymi serwisami i witrynami, zarówno w polskim, jak i światowym internecie. Podrozdział *Sposoby rozpowszechniania memów internetowych* (gdyby tylko zamiast terminu mem użyć po prostu termin informacja, komunikat, oznajmienie itp.) przekonuje o nie do końca ujawnionych walorach Marty Juzy jako medioznawczyni.

Za równie ciekawy uważam podrozdział *Memy internetowe jako przejaw kultury partycypacji*. Powołując się na prace Henry’ego Jenkinsa, Juza nie bagatelizuje faktu, że oto na naszych oczach w internetowym eterze pojawiła się młodsza siostra kultury masowej. Na razie nadano jej imię: kultura partycypacji. Na razie też, dodam od siebie, mówi się o demokratyzacji tworzenia i przekazywania informacji. Zobaczymy, jak długo zmiana akcentów w procesie aktualnej komunikacji medialnej wytrzyma jednak próbę czasu i próbę cierpliwości kapitału.

Nie ulega wątpliwości, że dla medioznawców nastały ciężkie czasy. W błyskawicznie zmieniającym się świecie mediów zauważyć i nazwać tendencje, rozpoznać struktury jest nie lada zadaniem! Oczywiście, otwartym pytaniem pozostaje, jak głęboko synchroniczne badania kulturoznawcze (tu: medioznawcze) są w stanie rozpoznawać głębokie struktury kultury i na ile – powiedzmy – za lat pięć te „synchronizmy” wciąż będą aktualne?

Sądzę jednak, że najowocniejsza byłaby w tym przypadku metoda małych kroków, badanie aktualnych zdarzeń medialnych bez dyktatu uznanych lub modnych teorii. Albo – jeśli już, teorii tych poważne zgłębienie.

A swoją drogą – wielki „zaraźnik” z tego memu! Używają go już prawie wszyscy żurnaliści, nie troszcząc się o to, skąd się wziął i co znaczy. Dobry to dowód na wciąż negowaną przez humanistów ewolucję kultury, dobry argument za teorią Dawkinsa. Niedługo pewnie przedszkolaki zamiast „Mamo!”, krzyczeć będą „Memo!”! Czy jednak medioznawcom uchodzi takie wołanie? Mam wątpliwości.

Hanower, 25 kwietnia 2014

¹⁰ Tamże, s. 50.

Nota o autorze

Elżbieta Kwade – doktor, absolwentka polonistyki oraz kulturoznawstwa Uniwersytetu Wrocławskiego. Studia z zakresu historii oraz religioznawstwa w Uniwersytecie im. Leibniza w Hanowerze. Długoletni pracownik naukowy Uniwersytetu Śląskiego. Autorka publikacji z zakresu prasoznawstwa, teorii literatury i sztuki, a także wielu felietonów z zakresu polityki, historii i obyczaju w prasie polonijnej Dolnej Saksonii. Od wielu lat mieszka w Hanowerze.

About the author

Elżbieta Kwade – Ph.D., polish philology and cultural studies of University of Wrocław graduate. Studies in history and religiology at the Leibniz Universität in Hanover. A long term academic worker at the University of Silesia in Katowice. She published in such fields as media studies, theory of literature and art. Author of many articles on politics, history and the customs in Polish community press of Lower Saxony. She has been living in Hanover for many years.