

TOMASZ KOZŁOWSKI

W STRONĘ MIKRO-NARRACJI?  
EWOLUCJA POPKULTURY A DOBÓR MEMETYCZNY

Od sformułowania przez Richarda Dawkinsa<sup>1</sup> koncepcji memu jako jednostki doboru kulturowego rządzącej się prawami selekcji naturalnej mija już ponad 30 lat. Zręby owej koncepcji na przestrzeni tych kilku dekad nie uległy szczególnej zmianie, w dalszym ciągu entuzjaści tegoż podejścia zgadzają się co do tego, że memy, geny kultury, kulturgeny itd., podlegają surowym prawom doboru. W memetyce, jak zresztą w innych koncepcjach sytuujących się na styku humanistyki i nauk ewolucyjnych, istnieje za to wyraźna różnica stanowisk dotycząca stopnia zdeterminowania pewnych procesów przez odpowiadające im replikatory.

Ewolucja kulturowa może odbywać się w ścisłym związku z genetyczną konstrukcją człowieka (to stanowisko socjobiologów<sup>2</sup>), może być też zapośredniczona przez moduły umysłowe działające według genetycznego programu, jednak w określonych warunkach środowiskowych (paradygmat psychologii ewolucyjnej<sup>3</sup>); może wreszcie odbywać się w warunkach nieskrępowanej genami ewolucji kulturowej drogą selekcji naturalnej (skrajne stanowisko memetyczne<sup>4</sup>). Daleki jestem od twierdzenia, zgodnie z którym dobór memetyczny przebiegać może z pominięciem psychologicznej konstrukcji człowieka; przeciwnie, uważam, że psychologiczne ograniczenia umysłu *Homo sapiens* s. stanowią faktyczne środowisko i jedyne liczące się kryterium takiego doboru. Nie musi to jednak oznaczać, że ewolucja memetyczna odbywa się od zarania dziejów człowieka dokładnie na takich samych zasadach, ani że taka już pozostanie.

Różnice pomiędzy kulturą paleolityczną a społeczeństwem zdominowanym przez media są widoczne gołym okiem i mają one charakter jakościowy, nie tylko ilościowy. Przetwarzamy znacznie większe ilości informacji, lecz pomimo faktu, że od strony psychologicznej w dalszym ciągu pozostajemy takimi samymi łowcami i zbieraczami jak przed stu tysiącami lat, sama geneza przyswajanych dziś informacji ma zupełnie inną naturę.

W *Samolubnym genie* Richard Dawkins, omawiając koncepcję memów, wskazywał na pleniące się w ludzkich umysłach wielkie systemy myślowe, całe zespoły idei, które razem tworzyły filozofie, religie i światopoglądy. Oczywiście, w rozważaniach tych mowa była także o nieco mniej spektakularnych przykładach ewolucji memetycznej, takich jak sposoby budowania łuku. Jak jednak postaram się wskazać w poniższym tekście, że

<sup>1</sup> R. Dawkins: *Samolubny gen*. Przeł. M. Skoneczny. Warszawa 1996.

<sup>2</sup> E. O. Wilson: *Socjobiologia*. Przeł. M. Siemiński. Poznań 2001.

<sup>3</sup> D. M. Buss: *Psychologia ewolucyjna*. Przeł. M. Orski. Gdańsk 2001.

<sup>4</sup> M. Biedrzycki: *Genetyka kultury*. Poznań 1997.

w dobie popkultury<sup>5</sup> powstanie większych, spójnych całości (na kształt systemów religijnych i filozofii) jest znacznie trudniejsze, aniżeli miało to miejsce wcześniej, choć teoretycznie to właśnie teraz istnieje technologiczne zaplecze umożliwiające przekaz informacji na skalę globalną.

Teza, którą postaram się uargumentować, mogłaby zatem brzmieć następująco: ewolucja memetyczna uwzględniać musi nie tylko konstrukcję umysłu człowieka (popularność poszczególnych memów można zatem w oparciu o tę konstrukcję starać się przewidzieć), ale również ściśle wiąże się ze specyfiką funkcjonowania kultury masowej, której charakter definiowany jest przez jeden zasadniczy czynnik: prawa rynku. Przypuszczam również, że czynniki te powodują, iż memetyczna ewolucja preferuje dziś memy znacznie mniej „rozwlekłe” i mniej skomplikowane. W obrębie popkultury sprawnie funkcjonować mogą zatem swoiste informacyjne kęsy, wypierające z memetycznej puli bardziej obszerne całości, takie jak przytaczane wcześniej systemy religijne i filozoficzne, teorie naukowe, systemy prawne. Popkultura – innymi słowy – nie faworyzuje memów konotujących tak wiele skomplikowanych treści. W starciu z nimi zwyciężają memy znacznie łatwiej przyswajalne, te, które mogą pełnić rolę rozrywki.

### **Dobór sztuczny i ewolucja kulturowa**

Selekcja naturalna pomiędzy memami może zachodzić, jak przypuszczam, wyłącznie w ich naturalnym środowisku, czyli w przestrzeni ludzkich umysłów, która u początków *Homo sapiens s.* wolna była od ingerencji takich czynników jak prawa rynku, czyli gdzie kryterium była przede wszystkim zdolność przetrwania i rozprzestrzenienia się, nie zaś generowany ekonomiczny zysk. Ewolucja nie jest procesem celowym. Żadnemu z ewolucyjnych „rozwiązań” – dłoni, oku, ścięgnu Achilleśa – nie towarzyszył konkretny zamiar. W przeciwnym wypadku, w ślepo przebiegających procesach skutek wyprzedzałby przyczynę. Rezultaty procesów ewolucji, choćby te wymienione powyżej, stanowią jedynie wytwory, które dzięki swej obecności zwiększają prawdopodobieństwo przetrwania tych osobników, które podobne cechy wykształciły. A ponieważ faktycznie zwiększają (osobniki takie bowiem lepiej funkcjonują i w efekcie lepiej się rozmnażają) – cechy te rozpowszechniają się w puli gatunku.

Uważam, że podobne kryteria należałoby przyjąć w przypadku ewolucji memetycznej, tzn. o doborze naturalnym wśród memów mówić można tylko wówczas, gdy skutek nie wyprzedza przyczyny. Ponieważ jednak ewolucja memetyczna, jako ewolucja kulturowa, wręcz niejako ze swej natury przesycona jest intencjonalnością (nie ma bowiem działań kulturowych i nieintencjonalnych zarazem. Na osobne omówienie w tym miejscu zasługuje fakt, że w „ekosystemie” ewolucji kulturowej skutek postulowany niekoniecznie pokrywać się musi ze skutkami rzeczywistymi: Einstein tworząc teorię względności nie miał zamiaru budować bomby atomowej), przyczyna i skutek muszą być w świecie memów przynajmniej pobieżnie zredefiniowane.

Choć nie możemy wykluczyć, że przywoływane przez Dawkinsa sposoby konstruowania luków nie były procesem celowym, a jedynie dziełem przypadku, który okazał się świetnym rozwiązaniem w czasie polowań, wiele procesów kulturowych od początku ma charakter celowy (choćby poszukiwanie określonych rozwiązań, np. wynalezienie żarów-

---

<sup>5</sup> Dla potrzeb tekstu nie czynię szczególnego rozróżnienia między terminami „kultura popularna” i „kultura masowa”, które na ogół przez wielu badaczy nie są utożsamiane (por. np. J. Fiske: *Zrozumieć kulturę popularną*. Przeł. K. Sawicka. Kraków 2010). Przyjmuję rozumienie, że w przypadku jednej i drugiej znaczą część ich treści – w szczególności treści rozrywkowych – tworzona jest w oparciu o dyktat ekonomicznej opłacalności.

ki). Łuki powstały i były udoskonalane w celu zabijania ofiar, dalsze ich modyfikacje prawdopodobnie nie były już całkowicie ślepy, przypadkowym wytworem. Można rzec, że pod tym względem w świecie memów skutek faktycznie wyprzedza przyczynę. Ale owe cele w dalszym ciągu pozostają jedynie celami *Homo sapiens s.*, a więc intencjami, które z perspektywy pojedynczego „samolubnego memu” pozostają swoistym naturalnym EEA<sup>6</sup>, środowiskiem zmiany adaptacyjnej. Tym samym, jednym z niezmiennych nacisków ewolucyjnych występujących w świecie memów jest cel nadawany przez *Homo sapiens s.* Są to intencje tworzone przez umysł, który dla memów jest naturalnym środowiskiem bytowania. Celem memów nie jest uskutecznianie polowań, ale w dalszym ciągu możliwie jak największe rozplenienie się. I właśnie w tym punkcie dochodzimy do sedna różnicy pomiędzy naturalnym a sztucznym doбором memetycznym. Sposoby budowania łuku i inne kulturowe strategie o tyle podlegają prawom doboru naturalnego, o ile tworzeniu ich nie towarzyszą intencje stworzenia strategii, które w swoim założeniu, mają być „popularne”. W warunkach naturalnej, spontanicznej kreacji memów nie może być zatem mowy o świadomym zamiarze tworzenia memu optymalnego. Łuk tworzony jest po to, by lepiej polować, a nie po to, by – jako wynalazek – rozprzestrzenił się możliwie szybko i na jak największym obszarze.

Skoro zdaniem memetyków ewolucja kultury może być tłumaczona na zasadach analogii do doboru naturalnego, należy pamiętać, że ewolucja poszczególnych gatunków to nie tylko selekcja stricte naturalna. W historii wielu gatunków, zarówno roślin jak i zwierząt, pojawił się szczególny czynnik modyfikujący ich ewolucję, czyli człowiek oraz jego potrzeby. Dzięki niemu pojawiły się wyjątkowo wydajne zboża, drzewa owocowe, zwierzęta hodowlane itd., a więc organizmy, których natura „nie przewidziała”, a które pojawiły się dzięki ingerencji człowieka. Procesy te to przykłady doboru sztucznego, czyli modyfikowania puli genowej określonego gatunku ze względu na pożądane rezultaty. W przypadku memów zatem, za sztuczny dobór uważać należy taki, który z góry stara się projektować takie memy, które przynosić będą jak największe korzyści i najskuteczniej się rozplenią (nieważne, czy będą one propagować strzelanie z łuku, wiarę w Jezusa Chrystusa, czy modę na jeansy).

Tak jak na płaszczyźnie namacalnych przykładów konkretnych pul genowych, tak również w bardziej eterycznym świecie memów i ewolucji kulturowej obserwujemy na każdym kroku przykłady doboru sztucznego. Innymi słowy – istnieją całe grupy memów tworzone specjalnie po to, by być popularnymi i by zyskały przewagę nad innymi memami z powodów – na przykład – ekonomicznych, a więc będących czynnikami najzupełniej zewnętrznymi<sup>7</sup>.

Takie rozróżnienie powoduje, że ewolucja memetyczna od początku funkcjonowania gatunku *Homo sapiens s.* nie może być w całości rozpatrywana jako rezultat doboru naturalnego. Czy – przykładowo – panująca moda to rezultat naturalnego doboru memetycznego? Zauważmy, że dany wzór, fason, zwyczaj tworzony jest tam wyłącznie po to, ażeby funkcjonować jedynie w granicach określonej grupy, nie musi mieć przy

<sup>6</sup> J. Bowlby: *Attachment and Loss*. London 1967; R. Foley: *The adaptive legacy of human evolution: a search for the environment of evolution adaptedness*. „Evolutionary anthropology” nr 4, str. 194-203.

<sup>7</sup> Można co prawda założyć, że i ów rynkowy wymóg opłacalności stanowi swoisty mem, w tym wypadku jednak uznać musimy, że w zasadzie każdy czynnik wpływający na ewolucję memów sam też przypuszczalnie jest memem. Zarzut ten jednak wydaje się niefalsyfikowalny (jak zresztą wiele – przynajmniej na razie – z założeń memetyki). W podobny sposób można sprowadzić do absurdu dyskusję o doborze sztucznym w przypadku konkretnych gatunków: czyż bowiem świadoma presja ze strony człowieka nie jest jednym z czynników środowiska, w którym egzystuje dany gatunek (np. bydła)? Dobór sztuczny jest więc formą doboru naturalnego!

tym żadnego wymiaru praktycznego, nie musi niczego ułatwiać, ani w niczym pomagać. Ma on jedynie funkcję wykluczającą inne memy, sam w sobie przydaje prestiżu, jest ekskluzywny. Towarzyszy mu intencja wręcz ograniczająca jego działanie. Klasa próżniacza – by użyć tu terminologii Veblenowskiej<sup>8</sup> – nie życzy sobie, by konkretny mem funkcjonował w klasie innej niż ona sama. Jeśli taki mem zacznie funkcjonować poza jej granicami, klasa próżniacza świadomie, z biegiem czasu odejdzie od tegoż wzorca i wymyśli nowy, skazując bezdyskusyjnie starszą strategię na porażkę. „Niepraktyczny mem próżnowania” zostanie zastąpiony innym, który będzie miał znaczenie wyróżniające i żadne inne (można zatem przyjąć, że mem próżnowania w gruncie rzeczy „nie próżnuje” i sam nadaje swoim nosicielom bardzo istotną społecznie etykietę grupy ekskluzywnej, bo próżnującej właśnie). Nie uważam, by takie prawidłowości można było uznać za przykład selekcji naturalnej, co skłania mnie do podtrzymania tezy, że ewolucja memetyczna stanowi formę rozwoju, który jest wypadkową procesów zarówno naturalnych, jak i tych sztucznie stymulowanych. Towarzyszą im bowiem konkretne intencje dotyczące stopnia rozprzestrzeniania się samych memów i wartości przypisywanej właśnie temu, że są one całkowicie niepraktyczne (podobnie jak dobrze utrzymany, gruntownie wypielęgnowany i przeznaczony tylko dla konkretnych grup właścicieli pasjonatów pudel). W tym wypadku memy, choćby bardzo popularne, bardzo pożądane i nie mniej zaraźliwe, nie mogą rozprzestrzeniać się poza określony obszar. W przeciwnym razie ich „prestizowy” żywot zakończy się. Socjologiczne teorie mody wskazują co prawda na prawidłowość przejmowania przez klasy niższe zachowań i mód typowych dla klas wyższych, jednak przejęte wzorce zazwyczaj tracą również swój ekskluzywny charakter. Należałoby zatem przyjąć, że mem traci wówczas swój prestiżowy komponent – mutuje do formy bardziej powszechnej, bardziej popularnej, o szerszym zakresie oddziaływania, jednak o zmienionym już znaczeniu).

Czy oznacza to tym samym, że modę potraktować można zatem jako rezultat sztucznego doboru memetycznego? Memy tworzone są tam tylko i wyłącznie po to, by funkcjonować jedynie w obrębie określonych grup. Ich rozprzestrzenianie się drogą naturalną, a zatem nieokiełznaną zaraźliwością kojarzoną z wirusową epidemią, jest skrajnie niepożądane ze względu na interes pewnej grupy.

Moda mająca znaczenie ekskluzywne, czyli wykluczające tych, których na nią nie stać, jest jednym z kilku możliwych obszarów działania memetycznego doboru sztucznego. Drugim obszarem może być kultura masowa, w której interesie jest dokładna odwrotność intencji towarzyszących próżniaczym modom: rozprzestrzenić się na możliwie największym obszarze w jak najkrótszym czasie i przynieść zysk (gdyby popkulturę przyrównać do broni – jej sposób działania przypominałby broń biologiczną. Stworzyć doskonałego wirusa, wykorzystać naturalny brak odporności i zarazić wszystkich bez wyjątku).

W taki oto właśnie merkantylny sposób socjologia postrzega i definiuje komercyjny aspekt popkultury<sup>9</sup>. Co prawda, wśród wielu jej charakterystycznych cech wymienia się funkcjonowanie w obszarach zabawy, rozrywki i czasu wolnego, nie są to jednak jej cechy konstytutywne. Warunkiem *sine qua non* owych produktów przeznaczonych do konsumpcji jest przede wszystkim przeznaczenie rynkowe, spodziewany zysk, jaki dany masowy produkt wypracuje. Taki obszar zjawisk pop jest zatem przede wszystkim kolejną

<sup>8</sup> T. Veblen: *Teoria klasy próżniaczej*. Przel. J. Frentzel-Zagórska. Warszawa 2008.

<sup>9</sup> Z. Bauman: *Spoleczeństwo w stanie oblężenia*. Przel. J. Łoziński. Poznań 2006; J. Baudrillard: *Spoleczeństwo konsumpcyjne. Jego mity i struktury*. Przel. S. Królak. Warszawa 2006; G. Miller: *Teoria szpanu. Seks, ewolucja i zachowania klienta*. Przel. B. Reszuta. Warszawa 2010.

przestrzenią działania rynku, relacji konsumentów i producentów. Kreacji tych produktów towarzyszy więc zamiar wybitnie materialny – przymus przynoszenia wymiernego zysku.

To właśnie kryterium, jak przypuszczam, stanowi czynnik, dzięki któremu – przenosząc te rozważania na grunt memetyczny – można mówić o funkcjonowaniu doboru sztucznego w puli memetycznej. Memy w dzisiejszych czasach, jako że są wypuszczane na rynek, muszą być tak konstruowane, by przynosiły zysk. W tej przestrzeni nie ma wiele miejsca na swobodę, nikogo na nią nie stać. Dobór *stricte* naturalny prawdopodobnie nie przynosiłby takich zysków w tak krótkim czasie. Jeśli zatem przyjmujemy, że kultura sprzed doby mass mediów i rynku pop jest rezultatem działania praw doboru naturalnego pomiędzy memami (które bez ingerencji rynku i praw opłacalności mogły swobodnie konkurować ze sobą mając do dyspozycji zastane środowisko kulturowe oraz umysły ludzkie, tak a nie inaczej skonstruowane) to kultura konsumpcyjna, jako treści od początku tworzone w określonym celu, a więc podlegające presji selekcyjnej wytwarzanej sztucznie – przez człowieka – jawi się jako rezultat doboru sztucznego (a przynajmniej nie do końca naturalnego).

### **Popkultura jako jedyny możliwy zestaw memów?**

Dobór sztuczny w sferze replikatorów biologicznych przybierać może najróżniejsze kształty. Zwierzęta i rośliny kreowane przez nas w ten sposób mogą być cennym źródłem pożywienia (świnie, gęsi, pszenica, fasola), ale również bodźców *stricte* estetycznych (pudła, jamnik, róża etc.). Zwierzęta mogą być sztucznie selekcjonowane ze względu na wyjątkową siłę (np. niektóre rodzaje bydła), szybkość (podgatunki koni), czy inne niebywałe zdolności (np. bardzo czuły węch u owczarków niemieckich etc.). Innymi słowy nowo tworzone gatunki mogą powstawać ze względu na różnoraki cel. Nie sposób jest przewidzieć wszystkich tego rodzaju kryteriów, a przynajmniej wachlarz ten wydaje się bardzo szeroki.

W przypadku kultury masowej i doboru sztucznego, jaki dokonuje się na jej obszarze, mamy do czynienia z sytuacją zgoła odmienną. Dobór memów podąża tam niezmiennie w jedną stronę; masowa produkcja kulturalna dąży do *optimum* i nie przedstawia pod tym względem równie okazałego – co sztucznie tworzone gatunki biologiczne – spektrum możliwości. Jest to, jak przypuszczam, uwarunkowane przez dwa zasadnicze czynniki, bardzo silnie zresztą ze sobą powiązane. Po pierwsze, popkultura w wielu swoich przejawach służy konsumpcji oraz rozrywce. A rozrywka z kolei – to po drugie – z racji tego, że reprezentujemy jeden gatunek, *Homo sapiens s.*, rozumiana może być, bez względu na kontekst społeczno-historyczny, w bardzo zbliżonych kategoriach.

Tradycja relatywistyczna<sup>10</sup>, w humanistyce bardzo mocno zresztą ugruntowana, każe wierzyć, że istnieją formy rozrywki całkowicie nieporównywalne, z gruntu niezrozumiałe dla przedstawicieli różnych kultur. Jako przykłady na poparcie tych twierdzeń przytoczyć można różnego rodzaju dowcipy, które usytuowane są w konkretnym kontekście etnicznym, danej klasy czy warstwy społecznej, w określonym regionie. Niewątpliwie w twierdzeniach tych jest sporo racji, mimo to jednak można przypuszczać, że perspektywa relatywistyczna prześlizguje się zaledwie po powierzchni omawianych zjawisk. Gdyby bowiem wejść nieco głębiej i dokładniej starać się oddać zawily kontekst poszczególnych historii, ich dowcipny charakter prawdopodobnie byłby lepiej rozumiały, a i powód do śmiechu już znacznie mniej niedorzeczny czy niezrozumiały. Jakkolwiek różne byłyby ludzkie kultury i tradycje, trudno jest sobie wyobrazić przypadki skrajnie różnego poczucia humoru,

<sup>10</sup> W. J. Burszta: *Antropologia kultury. Tematy, teorie, interpretacje*. Poznań 1998, str. 59-82.

czy postrzegania określonych faktów jako rozrywki w obrębie kilku kultur. Pojęcie zabaw i gier funkcjonuje w ramach każdej kultury<sup>11</sup> i choćby fakt umieszczenia tych pojęć w szeregu tzw. kulturowych powszechników pozwala domniemywać, że posiadamy ogólne pojęcie czegoś, co definiujemy jako gra, zabawa, czy rozrywka. Gry noszą w sobie element rywalizacji, rozrywka z kolei często łączy się z narracją, opowiadaniem o czymś, przedstawianiem określonych sytuacji, realnych bądź wyobrażonych.

Nauki ewolucyjne w poszukiwaniach tych idą o krok dalej. W pracach Richarda D. Alexandra<sup>12</sup> zawarta jest ciekawa teza, która mówi, że korzeni humoru należy doszukiwać się w mechanizmach definiujących myślenie grupowe. Humor bardzo często – zwraca uwagę Alexander – opiera się na opozycji wyśmiewający-wyśmiewany. Wyśmiewający zazwyczaj zwiększa swoją wartość pod względem statusu, wyśmiewany ową wartość zaś traci i spada w hierarchii. Opozycje te zresztą doskonale współdziałają z heurystykami poznawczymi wspierającymi myślenie grupowe i tworzenie stereotypów. Dowcipy często bowiem odnoszą się do przedstawicieli grup ludzkich – zawodów, warstw społecznych, mniejszości etnicznych etc. Podtrzymują zatem – powiedzieliby biolodzy ewolucyjni – spójność grupy, walnie przyczyniając się do wzrostu indywidualnej *fitness* każdego osobnika.

Daniel Nettle, psycholog ewolucyjny, poszukiwał z kolei prawideł rządzących budową większych narracji, takich jak Szekspirowskie komedie i tragedie<sup>13</sup>. Wysnuwa on wniosek, że utwory te zawsze oscylują wokół żywotnych problemów bohaterów, te zaś świetnie mogą być tłumaczone w kategoriach ich całkowitej wartości przystosowawczej, czyli – w skrócie – możliwości propagowania kopii swoich genów. W utworach tych centralnym problemem jest status (to zazwyczaj domena tragedii), bądź seks (domena komedii). Zakończenie zaś ostatecznie określa dalsze szanse bohatera na jego ewolucyjnym rynku. W tragedii bohater na ogół wypada z wyścigu genów (umiera, przekreśla więc szanse na dalszą reprodukcję), w komediach „żyje długo i szczęśliwie”, a więc zyskuje niezbędne zasoby oraz partnera seksualnego.

W obrębie psychologii ewolucyjnej formułowane są również twierdzenia dotyczące ogólnych, kognitywnych zasad percepcji humoru. Według Wonila Junga<sup>14</sup> ażeby można było mówić o właściwym rozumieniu humoru, konieczne są trzy elementy: teoria umysłu (umiejętność przewidywania intencji innych), zdolności empatyczne (umiejętność podzielenia/rozumienia ich stanów emocjonalnych) oraz niska skłonność do współczucia (innymi słowy – wyśmiewany przypadek nie może stać w opozycji do naszego systemu wartości, śmiech musi być przez nas dopuszczalny i akceptowalny). Według Junga jednoczesny śmiech dwóch lub więcej osób staje się jednocześnie bardzo dobrym wskaźnikiem podobnego charakteru, zbliżonego systemu wartości i tym samym wiele mówi o innych jako o potencjalnych partnerach interakcji/współpracy. Inne poczucie humoru to równocześnie słaba rekomendacja odnośnie możliwości nawiązywania takich wspólnie ukierunkowanych działań. (Zwróćmy uwagę, że to właśnie podobne poczucie humoru stanowi jedną z najczęściej wymienianych cech w pytaniach o idealnego partnera/partnerkę).

<sup>11</sup> G. P. Murdock: *The common denominator of culture*. [w:] R. Linton (ed.): *The science of man in the world crisis*. New York 1945. Zob. też E. O. Wilson: *Konsiliencja. Jedność wiedzy*. Przeł. J. Mikolas. Poznań 2002; J. Huizinga: *Homo ludens. Zabawa jako źródło kultury*. Przeł. M. Kurecka, W. Wirpsza. Warszawa 1985.

<sup>12</sup> R. D. Alexander: *Ostracism and indirect reciprocity: the reproductive significance of humor*. „Ethology and Sociobiology”, nr 7, 1984, str. 253-270.

<sup>13</sup> D. Nettle: *The wheel of fire and the mating game: explaining the origins of tragedy and comedy*. „Journal of Cultural and Evolutionary Psychology”, nr 3, 2005, str. 39-56

<sup>14</sup> W. E. Jung: *The inner eye and the theory of laughter: mindreader signals cooperator value*. „Evolutionary Psychology”, nr 1, 2003, str. 214-253

Z kolei Steven Pinker<sup>15</sup> sugeruje, że rozrywka, prócz tego, że może stanowić bardzo dobrą formę integrowania jednostek, jest jednocześnie nienaturalnie wysokim stężeniem bodźców, które w zamierzchłej przeszłości (dziś zresztą też) stanowią dla naszego umysłu istotne źródło informacji koniecznych do przetrwania. Innymi słowy – sugeruje autor *Jak działa umysł* – pod postacią rozrywki nie da się przemycić wszystkiego, albowiem nie wszystko jest dla człowieka równie interesujące. Za interesujące nasz umysł z pewnością uzna historie, w których pojawiają się problemy o krytycznym znaczeniu dla naszego przetrwania, a więc: walka o partnera seksualnego, zagrożenie rodziny i potomstwa, choroby, atak drapieżcy lub obcych, walka o status i miejsce w hierarchii, katastrofy naturalne, zmieniające się relacje w sieci najbliższych znajomych, bądź też relacje z osobami posiadającymi dla nas duże znaczenie, walka o dostęp do zasobów. W typowej historii pełniącej rolę rozrywki tematy te wystąpią w proporcjach znacznie przewyższających realia. W fabule filmu trwającego półtorej godziny bohaterowi przytrafia się na ogół tyle, ile większości z nas na przestrzeni kilku miesięcy, lat, czy nawet całego życia. Tak ściśle upakowane zestawy bodźców Pinker nazywa „tortem dla mózgu” – bo choć w świecie natury takie słodkie smakołyki nie występują, nie przeszkadza to jednak w trawieniu ich i odczuwaniu z tego powodu znacznej przyjemności<sup>16</sup>.

Dokonując transferu tych twierdzeń na grunt memetyczny, moglibyśmy rzec, że zestaw mutacji memów w obrębie rozrywki być może jest nieograniczony, nie oznacza to jednak, że jest on dowolny. Memy, które „pragną” utrzymać się w memowej puli, muszą dostosować się do wymogów umysłowych<sup>17</sup>. Z natury, ludzi nie będzie zaciekawiać wszystko, a jedynie to, co było istotne dla nich z punktu widzenia ich przetrwania w naturalnym środowisku. Nawet jeśli przyjmiemy – za Susan Blackmore<sup>18</sup> – że memy przejęły kontrolę nad ewolucją naszego umysłu i od tej chwili to my znajdujemy się na ich uwięzi, należy liczyć się z faktem, że ewolucja *Homo sapiens s.* w dalszym ciągu posuwa się do przodu bardzo powoli. W związku z tym, praktycznie niemożliwe jest porzucenie z dnia na dzień – nawet w geologicznej skali czasu – naszych łowiecko-zbierackich nawyków. Nawet przy całkowitej memetycznej dominacji, „echa” naszej długotrwałej, biologicznej ewolucji najprawdopodobniej będą jeszcze donośne i – nawet jeśli słabnąć – to wciąż wywierać będą wpływ na charakter selekcji memetycznej. W sposób zupełnie od memów niezależny, przynajmniej jeszcze przez jakiś czas, „wolimy” jedne memy od innych dlatego, że nasza konstrukcja psychiczna jest właśnie taka a nie inna. I właśnie gęsto upakowane zestawy takich memów ludzie traktują jako rozrywkę. Właśnie takie, a nie inne memy tworzyć będą popkulturalną rozrywkę dla masowej publiczności złożonej z przedstawicieli *Homo sapiens s.* Towarzysząca zaś takiej kreacji wyraźna intencja tworzenia memu optymalnego przesądza, według mnie, o sztucznym charakterze doboru dokonującego się w obrębie popkultury.

### **Zamiast dania głównego. Jadłospis doby wojny medialnej**

Oprócz podążania oferty medialnej w stronę określoną naszą ewolucyjną przeszłością, można doszukiwać się jeszcze jednej istotnej prawidłowości. I na tym polu dostrzec można działanie czynników, które w istotny sposób modyfikować mogą występujące dzi-

<sup>15</sup> S. Pinker: *Jak działa umysł*. Przeł. M. Konarzewska. Warszawa 2002, s. 577.

<sup>16</sup> Szeroko problematykę wpływu ograniczeń umysłowych na kształt popkultury omawiam wraz z Tomaszem Szlendakiem w pracy *Naga małpa przed telewizorem*, Warszawa 2008.

<sup>17</sup> T. Kozłowski: *Przypadek się nie oplaca. Psycho-ewolucyjne ograniczenia popkultury*. [w:] D. Węzowicz-Ziółkowska (red.): „Teksty z ulicy. Zeszyt memetyczny”, Nr 4, 2009.

<sup>18</sup> S. J. Blackmore: *Maszyna memowa*. Przeł. N. Radomski. Poznań 2002.

siaj w infosferze zestawy memów. Czynniki te jednak, w odróżnieniu od determinowanych naszą biologią ograniczeń umysłowych, można lokalizować również w obrębie samej kultury. O ile bowiem rozrywka – pod względem treści – zawsze i wszędzie dotykała tematów bardzo zbliżonych, o tyle forma, jaką ów przekaz przyjmował, była już w znacznej mierze zdeterminowana czynnikami kulturowymi, przede wszystkim zaś – rodzajem środków przekazu. Inna była forma rozrywki w społeczeństwach zdominowanych kulturą oralną, inna w epoce druku, jeszcze inna w dobie multimediów i Internetu. A zatem, choć z grubsza ludzie dla zabawy i dobrego samopoczucia opowiadają sobie nawzajem o tym samym, robią to na różne sposoby i za pośrednictwem coraz to nowych mediów.

Badaniem tych różnic zajmuje się epistemologia mediów, nauka zapoczątkowana przez Marshalla McLuhana i jego słynne *medium is the message*<sup>19</sup>, czyli twierdzenie, zgodnie z którym już sam przekaznik w znacznym stopniu determinuje przekaz. Nigdy więc nie mamy do czynienia z sytuacją idealną, doskonale transparentną, kiedy to medium jest zupełnie „przezroczyste”. Jednym z elementów, który w ostatnich czasach wydaje się być wyjątkowo silnie modyfikowany przez same media jest sam czas trwania komunikatu. Neil Postman<sup>20</sup> bardzo trafnie wskazuje, że wraz z rozwojem technik komunikowania, których nową erę zapoczątkował wynalazek telegrafu, w kulturze Zachodu pojawił się wyraźny nacisk na kreowanie wiadomości w formie coraz to krótszego *news*a. Wiadomość – argumentuje Postman – poczęła być stopniowo odzierana z pierwotnego, szerokiego kontekstu. Stawała się coraz bardziej płytka i powierzchowna. Racjonalna i merytoryczna analiza, wcześniej wymagana od odbiorców, zaczęła być zastępowana emocjonalnie wzbudzającym i podsycanym zainteresowaniem. Tekst począł być znacznie częściej zastępowany obrazem itd.

Nie ulega wątpliwości, że charakter tych zmian w znacznej mierze wynika ze specyfiki rynku, jaki rozwinął się wraz z upowszechnieniem się wynalazku telegrafu (następnie radia, telewizji, a w końcu i Internetu). Wówczas to bowiem stało się jasne, że informacja stać się może chodliwym towarem, który będzie można z dużym zyskiem sprzedawać. Media audiowizualne, ale również i prasa, która w znacznej mierze bazowała na fotografii, walnie przyczyniły się do ograniczenia miejsca zajmowanego przez tekst w myśl zasady, że dobre zdjęcie (dobry obraz) mówić będzie więcej niż tysiąc słów. Słowo „zobaczyć” stało się w pewnym sensie synonimem słowa „wiedzieć”.

Sądzę, że trend ten – tendencja do skracania przekazu – bardzo silnie odcisnął się na doborze, jaki dotychczas miał miejsce w memowej puli. Presja selekcyjna, na jaką złożyły się a) charakter środków przekazu, za pomocą których memy mogły się rozprzestrzeniać oraz b) rynek preferujący wiadomości łatwiej przyswajalne, a więc krótkie „kęsy”, spowodowała, że treści dłuższe, głębsze, rzetelniejsze, zaczęły przegrywać z tymi krótszymi, ale znacznie łatwiejszymi do interpretacji.

Należy przy tym nadmienić, że skrócona forma informacji, choć w znacznej mierze wymuszona jest przez specyfikę mediów, i tak pozostaje znacznie lepiej dostosowana do naszych ewolucyjnie ukształtowanych umysłów (co również – jak możemy przypuszczać – przyczynia się do umacniania takiego trendu). Prawidłowość narzucana przez media zbieżna jest z naszymi naturalnymi preferencjami. Rozwlekłe bowiem narracje (systemy filozoficzne, religijne, naukowe), bardzo złożone całości, z których wiele ewoluuje dziesiątki czy nawet setki lat, wymagają od swoich „nosicieli” wielu nakładów czasowych i energetycznych (świadoma nauka, kultywowanie pewnych zachowań, norm itd.). W ewolucji

<sup>19</sup> M. McLuhan: *Środek jest przekazem*. [w:] Tegoż: *Wybór tekstów*. Red/ E. McLuhan, F. Zingrone, przeł. E. Różalska, J. M. Stokłosa. Poznań 2001, s. 212-228

<sup>20</sup> N. Postman: *Zabawić się na śmierć. Dyskurs publiczny w epoce show-businessu*. Przeł. L. Niedzielski. Warszawa 2002.



*Homo sapiens s.* (nie w ewolucji kultury, ale w ewolucji samego gatunku) tak rozbudowane narracje to element stosunkowo „młody”, z przetwarzaniem którego umysł co prawda radzi sobie dobrze (religie w końcu świetnie się rozprzestrzeniły, filozofie przeorały drogi myślenia, dyskurs naukowy pcha rozwój cywilizacji do przodu), jednak nie tak biegle jak w przypadku znacznie krótszych pakietów informacji (które większa ilość osób zrozumie znacznie szybciej i przekaże dalej, aniżeli skomplikowaną teorię naukową, czy wykładnię danej filozofii). Większość z nas – biorąc pod uwagę choćby badania czytelnictwa – porzeka na informacjach krótszych, typowych dla przestrzeni środków masowego przekazu – prasy tabloidowej, telewizji, Internetu. I właśnie w tę stronę zmierza sztuczna ewolucja memów popkulturowych. Informacje stają się coraz krótsze, co sprawia, że memetyczna ewolucja w pewien sposób zatacza koło – od niewielkich memów, poprzez rozbudowane mempleksy, z powrotem do powyrywanych z kontekstu urywków informacyjnych (pamiętajmy, że wedle ewolucjonistów początków języka doszukiwać można się w skłonnościach do prozaicznego, codziennego plotkowania, a nie roztaczania filozoficznych tyrad<sup>21</sup>. Nasz umysł lepiej czuje się zatem pośród tabloidowych plotek aniżeli odrealnionych wywodów rodem z prasy opiniotwórczej).

Nie od dziś rzeczywistość mass-mediów opisywana jest jako barwna rzeczywistość reklamy, spotu, który szybko atakuje i zachęca do konsumpcji. W tak ukształtowanej, do pewnego stopnia agresywnej wręcz przestrzeni wypełnionej nawzajem walczącymi o uwagę odbiorcy memami, dłuższa narracja narażona jest na przegraną. Danie główne, opowieść, przekaz typowy dla „epoki opisu”, czy – jak powiedziałby zapewne Postman – narracja linearna, osadzona w szerszym kontekście, ustępuje miejsca „kęsom” serwowanym w „epoce show-biznesu”.

W żadnym razie nie znaczy to, że jakikolwiek przypadkowy kęs ma większą szansę przebicia i zarażenia nosiciela od każdej dłuższej opowieści (przyjmijmy, że pod tą nazwą – opowieści – dla potrzeb tego artykułu, mieszczą się zarówno teksty, jak i obrazy czy czynności). Kęsy te stanowią co prawda osobne informacje, jednak często w znacznej mierze są one ze sobą powiązane i z tego też powodu mogą być skuteczniejsze. Wypada zauważyć, że wielkie, linearne narracje, o których mówi Postman, Sartori, czy choćby Toeplitz<sup>22</sup>, często pozostają tematem, kontekstem i tłem same dla siebie. Nie potrzebują innych opowieści, ażeby zacząć funkcjonować w wyobraźni odbiorcy. Oczywiście, że bez *Odysei* nie byłoby *Ulissesa*, można jednak zaryzykować tezę, że nie trzeba koniecznie czytać pierwszej, ażeby zrozumieć w całości przekaz arcydzieła Joyce’a i *vice versa*. Dzieła te pozostają czymś na kształt „monad”, i choć ich chronologia nie jest pozbawiona pewnej roli, mogą być one jednak do pewnego stopnia analizowane i przyswajane niezależnie. Na gruncie memetyki o takich „monadach” można by zapewne powiedzieć, że stanowią obszerne i zarazem suwerenne „mempleksy”.

Sądzę, że w dobie popkultury takie właśnie okazałe „monady” ustępują miejsca mniejszym grupom memów, które nie stanowią jakiejś spójnej opowieści, fabuły czy też narracji, za to znacznie lepiej radzą sobie w przestrzeni regulowanej niewidzialną ręką rynku. Pomniejsze memy są związane ze sobą zestawem wspólnych elementów, pozbawione są jednak wyraźnej struktury. Znaczenia te mają naturę nie tyle linearną – wyposażoną we wstęp, rozwinięcie, zakończenie, czy też inne formy jakiegoś „strukturalnego porządku” – ile sieciową, gdzie każdy element jest tak samo ważny jak inne, a jego znaczenie definiowane jest i uzupełniane przez resztę. Dla zilustrowania tych rozważań

<sup>21</sup> Zob. R. Dunbar: *Pchły, plotki i ewolucja języka*. Przeł. T. Pańkowski. Warszawa 2009.

<sup>22</sup> N. Postman, dz. cyt.; G. Sartori: *Homo videns. Telewizja i postmyślenie*. Przeł. J. Uszyński. Warszawa 2007; K. T. Toeplitz: *Dokąd prowadzą nas media*, Warszawa 2006.

przyjrzymy się dwóm skrajnościom, „typom idealnym” reprezentującym narrację „linearną” i narrację „sieciową”. Za przykład pierwszej weźmy *Braci Karamazow* Dostojewskiego, za przykład drugiej – strategię marketingową firmy telekomunikacyjnej. Jeden i drugi zestaw memów (ewentualnie – oba mempleksy) zawierają określoną ilość informacji. O ile jednak *Bracia Karamazow* nie zostali napisani z zamysłem czytania na wrywki lub wstecz lub bez zachowania chronologii, o tyle kampania reklamowa – już tak. Tworzy ona spójną całość, nic nie stoi jednak na przeszkodzie, aby zapoznawać się z tylko niektórymi jej elementami. Jej części składowe zawsze będą posiadać elementy wspólne – określone hasła, niezmiennie logo, pewne stałe tematy dźwiękowe czy schematy barw i kształtów – i tym samym chronologia, spójność wywodu będą mieć daleko mniejsze znaczenie niż w przypadku dzieła literackiego. Kontekst całej kampanii definiowany jest poprzez ogół elementów, a nie przez ich kolejność czy zakres tematyczny. Nie ma zatem znaczenia kolejność reklam, w których pojawiały się metaforyczne postaci Serca i Rozumu (bohaterowie strategii reklamowej Telekomunikacji Polskiej), wystarczy jednak, jeśli krótka fabuła reklamy wpisze się w klimat innych podobnych reklam, wywołując w odbiorcy szereg skojarzeń budowanych wcześniej. Każda z reklam stanowi zatem kolejny kęs informacyjny wyjęty z większego „menu”, jednak bez konieczności „konsumowania” w określonym porządku, czy według narzuconych przez kogoś zasad. Odosobnione memy takiej kampanii prawdopodobnie nie miałyby takiej siły rażenia, jak *Bracia Karamazow*, znaczenie to jednak potęgowane jest poprzez obecność w znacznie bardziej rozległej sieci budowanej przez inne elementy kampanii (pozostałe reklamy telewizyjne, poprzez komunikację radiową, internetowe filmiki i banery, aż po wielkopowierzchniowe billboardy widoczne na ulicach. Każdy z nich stanowi informacyjny kęs, możliwy do zdekodowania osobno, choć zyskujący na swoim znaczeniu w sieci podobnych memów).

Przykład kampanii reklamowej dobrze – według mnie – oddaje ducha całej produkcji masowej, a nie tylko sfery związanej z reklamą. Pomijając fascynujący skądinąd aspekt rozważań nad popkulturą wskazujący, że granica pomiędzy przekazem reklamowym i nie-reklamowym zaczyna się obecnie mocno zacierać, warto zauważyć, że i inne obszary przekazu medialnego wydają się respektować zasadę budowania sieci złożonych z informacyjnych kęsów łączonych w większą całość z pomocą kilku wspólnych elementów.

Pojawia się zatem pytanie, czy możliwe jest wskazanie jakichś bardziej ogólnych prawidłowości ewolucji kulturowej typowej dla kultur sprzed epoki mass mediów oraz epoki komunikowania na ogromną skalę (czyli ich ekonomiczno-technologicznej „następczyni”). Sądzę, że zasady takie można starać się zarysować. Przede wszystkim, choć jest to zmienna o charakterze bardziej ilościowym aniżeli jakościowym – regułą taką jest czas ewoluowania czy też „mutowania”. Popkultura rozwija się zdecydowanie szybciej i to na znacznie szerszym, bo w zasadzie globalnym, obszarze. Obserwowane mody potrafią obieć świat w zaskakującym tempie, informacje zaś, za sprawą Internetu, dostępne są teoretycznie w każdym zakątku Ziemi w tym samym momencie.

Właśnie tempo wydaje się w znacznej mierze przesądzać o specyfice ewolucji popkulturowej. W przypadku ewolucji biologicznej czas ewolucji bardzo ściśle zależy od cyklu życiowego poszczególnych gatunków. Mówiąc wprost – szybciej ewoluują te gatunki, których życie również jest relatywnie krótsze. Najpełniej prawidłowość ta przejawia się na przykładzie owadów szkodników lub wirusów i bakterii. Wszystkie one należą do grupy organizmów, które człowiek stara się zwalczać. Wszystkie one cechują się również względnie krótkim życiem. Ich wymiana pokoleniowa jest jednak zastraszająco szybka. Powoduje to, że w trakcie życia jednego pokolenia ludzi, powstają setki, czy tysiące pokoleń tychże zwalczanych gatunków. Każde z tych pokoleń, w myśl założeń teorii ewo-

lucji, może różnić się od poprzedniego stopniem upowszechnienia pewnych – korzystnych bądź nie – mutacji. Mutacje te często uodporniają organizm wirusa czy szkodnika na stosowane środki, w wyniku czego możemy mówić o powstawaniu coraz to trudniejszych do zwalczenia szczepów czy odmian. Jest to typowy przykład ewolucji obserwowanej w skali czasu znacznie mniejszej aniżeli geologiczna. Jednak inne gatunki, których cykl życiowy jest znacznie dłuższy, ewoluować będą nieporównywalnie wolniej i wszelkie zmiany obserwowane będą dopiero na przestrzeni tysięcy, a może i więcej, lat.

Płynie stąd wniosek, że trudno jest wyobrazić sobie błyskawicznie zachodzącą ewolucję większych całości (tak gatunków biologicznych, jak mempleksów). Jeśli mamy do czynienia z galopującym rozwojem, to bardzo prawdopodobne jest, że bazować on będzie na tworach znacznie mniejszych, łatwiejszych w obróbce, łatwiej zastępowalnych i szybko pleniących się. Sądzę, że właśnie z taką prawidłowością możemy mieć do czynienia w przypadku kultury masowej. Jej zastraszające tempo ewolucji i ekspansji obejmuje jednocześnie tylko te memy, które stanowią pomniejsze, łatwo zastępowalne elementy. W jej obrębie nie dokonuje się zatem obrazoburcza ewolucja wielkich narracji (religii, systemów politycznych, filozofii, paradygmatów naukowych itd.), na miarę reformacji, ale całości znacznie mniejszych: pojedynczych filmów, teledysków, reklam, oferty, których popularność jest sezonowa – zupełnie tak, jak ma to miejsce w przypadku grypy, gdzie co roku warto szczepić się przeciwko jej kolejnym odmianom. Jak sądzę, możemy zatem mówić zaledwie o sezonowych modach, które niekoniecznie zmieniają rdzeń mempleksu, na którym bazują. Za sprawą popkultury nie pojawia się jednak żadna współczesna, świadomie projektowana Reformacja czy Wielka Rewolucja, która zmienia cały światopogląd świata zachodniego (a więc zestaw najbardziej pojemnych mempleksów), popkultura nie rości sobie takich ambicji.

### **Od symbionta do wirusa, od dania głównego do kęsa**

Na tym etapie chciałbym podsumować dotychczasowe rozważania. O ewolucji biologicznej przyjęło się myśleć jako o procesie przebiegającym od form mniej do coraz bardziej złożonych. U początków życia dominowały mikroorganizmy, które następnie, przechodząc coraz bardziej zaawansowane stadia, poczęły przekształcać się w organizmy znacznie bardziej skomplikowane, o większych rozmiarach. W przypadku memów, jak można domniemywać z rozważań Blackmore czy Dawkinsa, porządek ten był podobny: najpierw pojedyncze, odosobnione memy, następnie zaś mempleksy, wreszcie mempleksy mempleksów, aż do złożonych systemów wartości i norm regulujących ogromne całości społeczne. Doba popkultury porządek ten jednak w znacznym stopniu zaburza. Zaburzenie to może brać swój początek w ingerencji w procesy doboru memetycznego, czynnika, który dotychczas pozostawał niejako na uboczu. Czynnikiem tym, jak wskazywałem wcześniej, jest rynek. Rynek, któremu towarzyszy wyraźna intencja wypracowania zysku, wyraźnie modyfikuje kierunek całej ewolucji, przez co ztraca ona swój „naturalny” charakter, zdążając w stronę doboru sztucznego.

Dobór sztuczny prowadzi z kolei do kreowania memów znacznie łatwiej przyswajalnych, lepiej dostosowanych do wymogów stawianych przez umysł *Homo sapiens s.*, ze swej natury faworyzujący określone treści i formy. Specyfika mediów oraz nasza konstrukcja umysłowa powodują, że rynek kreuje memy znacznie mniej obszerne treściowo. Takie memy są łatwiej przyswajalne, szybciej komunikowane, w wyniku czego ewolucja popkultury przyjmuje bardzo szybkie tempo.

Kontynuując ewolucyjną metaforę rozwoju kultury, można by stwierdzić, że wcześniejsze kultury, obfitujące w pojemne treściowo i tym samym wolniej mutujące mem-

pleksy, stanowiły coś na kształt symbionta, organizmu żyjącego razem z człowiekiem, czerpiącego korzyści ze wspólnego życia w symbiozie. Symbioza ta została jednak zerwana z chwilą wprowadzenia środków masowego przekazu. Wówczas to dobór w puli memetycznej gwałtownie przyśpieszył, faworyzując memy niosące mniejszą ilość informacji, za to znacznie lepiej dopasowujące się do naszej umysłowej konstrukcji. Symbiont zaczął zamieniać się w wirusa mutującego w cyklu częstotliwością zbliżoną do sezonowego. Kultura wielkich opowieści zaczęła ustępować miejsca znacznie bardziej fragmentarycznej produkcji masowej. Swoboda twórczości kulturowej, odpowiadająca wymogom memetycznej selekcji naturalnej – zastąpiona z kolei została ściśle określonym prawidłem doboru sztucznego, dookreślanego przez rynek.

Czy oznacza to, że w miejsce wielkich narracji pojawiać się będą znacznie liczniejsze ich wersje mikro, a w miejsce obszernych informacyjnych, linearnych monad pojawiać się będą a-strukturalne i a-chronologiczne sieci znaczeń? Wspominając popularność i wszechobecność hipertekstu, a więc formy komunikatu pozbawionej początku, końca, a tym bardziej chronologii, wiele wskazuje na to, że era mikro-narracji już wystartowała<sup>23</sup>.

#### W STRONĘ MIKRO-NARRACJI?

##### EWOLUCJA POPKULTURY A DOBÓR MEMETYCZNY – Streszczenie

Teza postawiona w artykule stwierdza, że – podobnie, jak w przypadku selekcji funkcjonującej w obrębie replikatorów biologicznych (genów) mamy do czynienia z jej formą naturalną, ale też sztuczną (której najpospolitszą formą są rośliny uprawne, zwierzęta hodowlane czy też tzw. żywność modyfikowana genetycznie) – tak również w puli memów dobór może przyjmować zróżnicowane formy. O ile o swobodnym doborze, noszącym znamiona naturalnego, można mówić w przypadku kultur z epoki poprzedzającej pojawienie się mass mediów i ideologii konsumeryzmu, o tyle w dobie popkultury dobór memetyczny – zdaniem autora – zachodzi głównie dzięki selekcji sztucznej. Intencja, jaka jej towarzyszy, to chęć wypracowania wymiernego zysku, co stanowi kryterium niespotykane wcześniej, a przynajmniej nie na taką skalę. Jest to tym samym czynnik znacznie zakłócający swobodną ewolucję memetyczną i z góry predestynujący ją do podążania w określonym kierunku. Kierunek ten, które to twierdzenie autor również rozwija, determinowany jest w sposób bardzo znaczny przez psychologiczną konstrukcję *Homo sapiens sapiens*.

#### TOWARDS THE MICRO-NARRATION?

##### POP CULTURE EVOLUTION AND MEMETIC SELECTION – Summary

The thesis posed in present article states that, similarly to functioning selection within biological replicators (genes), we deal with both its natural and artificial form (the simplest form of which are plants, farm animals and so-called genetically modified food) as well as in set of memes the selection may have various forms. While in unrestricted selection that bears the features of natural one we may talk about cultures from époque preceding the development of mass media and consumer ideology, in the time of pop culture memetic selection - according to the author – takes place only due to artificial selection. The intention is the yearn to develop substantial profit, which constitutes a criterion that has never been encountered before, at least not at this scale. Logically, it is a factor that considerably disturbs unrestricted memetic evolution and shapes it into aiming at particular direction. This direction, also mentioned and developed by the author, is highly determined by psychological construction of *Homo sapiens sapiens*.

<sup>23</sup> Por. J.-F. Lyotard: *Kondycja ponowoczesna. Raport o stanie wiedzy*. Przeł. M. Kowalska, J. Migasiński. Warszawa 1997.