

Anna Gumkowska

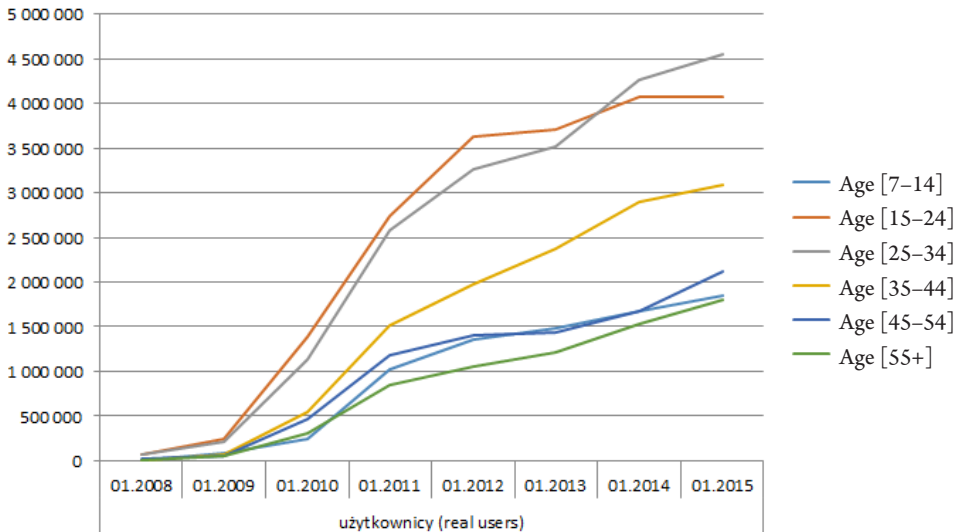
Uniwersytet Warszawski

## **MEM I MIKROBLOG JAKO NOWA FORMA GATUNKOWO-KOMUNIKACYJNA CZY KICZ MOŻE ZDEFINIOWAĆ GATUNEK?\***

Nowe formy gatunkowo-komunikacyjne w sieci wytwarzają się w oparciu o nowe wyznaczniki, traktowane dotąd marginalnie w genologii. Problem jest tym ciekawszy, im bardziej uwidacznia, że „pomimo wszechobecności internetu, jego natura, język i ograniczenia nie zostały dobrze poznane, no może z wyjątkiem kwestii ściśle technicznych” [Castells 2003:13]. By dobrze zilustrować skalę zjawiska powstawania nowych rodzajów komunikatów w przestrzeni digitalnej, posłużę się danymi. W kwietniu 2015 roku platformę Facebook.com, która jest miejscem tworzenia nowych form jak memy i mikroblogi lub wymiany nimi, odwiedziło 17 314 530 real users, czyli prawie 80% wszystkich osób, które korzystają w Polsce z internetu [dane za: Megapanel PBI/Gemius, kwiecień 2015]. Siedemnaście milionów osób miesięcznie komunikuje się ze sobą, wykorzystując do tego różnorodne formy gatunkowo-komunikacyjne. O skali przyrostu tego zjawiska świadczą także kolejne dane, takie jak porównanie wzrostów liczby osób odwiedzających ten serwis rok do roku. Zjawisko nie dotyczy tylko młodych internautów. Jak pokazuje ilustracja 1, ten serwis notuje wzrost odwiedzin w każdej grupie wiekowej, także ludzi powyżej 50. roku życia, choć obecnie dominującą grupą są ludzie w wieku 25–34 lata. Przytoczone dane i ich skala wskazują, jak ważne i istotne jest obecnie to zjawisko, obrazujące przemiany społeczne zachodzące pod wpływem nowego medium. Rozumienie nowych form gatunkowo-komunikacyjnych musi, uwzględniając warunki nowych mediów, być rozpatrywane w kontekście gatunków sytuacyjnych, a wyznacznikami nowej genologii stają się zjawiska nigdy dotąd tak wyraźnie przez genologię nie uwzględniane: media i sytuacje komunikacyjne oraz budowa komunikatów ze znaków należących do różnych systemów semiotycznych.

---

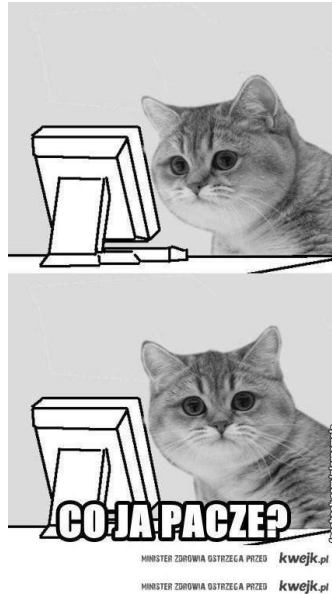
<sup>1</sup> Tekst powstał w ramach grantu NCN „Mechanizm wytwarzania nowych gatunków komunikacji w sieci: Facebook, Twitter, Pinterest – memy oraz mikroblogi”, przyznanej na podstawie decyzji nr 2013/11/N/HS2/03560 237081.



**Ilustr. 1.** Zestawienie liczby użytkowników (real users) na platformie Facebook.com rok do roku (styczeń r/r) z podziałem na grupy wiekowe

Źródło: dane za: Megapanel PBI/Gemius

W serwisie Facebook.com, poza innymi gatunkami, funkcjonują także memy i mikroblogi. Memy, czyli rozprzestrzeniająca się wirusowo część kultury internetu. Zgodnie z definicją zaproponowaną przez Limor Shifman, mem jest jednostką cyfrową ze wspólną charakterystyką, tworzoną ze świadomością współlistnienia, rozprowadzaną, naśladowaną i przekształcaną przez wielu użytkowników za pośrednictwem sieci [Shifman 2013: 27]. Granica powszechnie używanej definicji tej formy gatunkowo-komunikacyjnej wciąż się rozszerza: są to zarówno zabawne, uchwycone w trafnym momencie zdjęcia z komentarzem, krótkie animacje w postaci plików GIF czy filmy wideo. Memy są ponadto określane przez internautów jako fenomeny internetowe, dobre pomysły, chwytliwa idea, humor, cięte riposty, wirusy, graficzne komentarze, grafiki z napisem, co ważne, coraz częściej także jako poezja internetu. W centrum kategorii znajduje się obecnie mem składający się ze specyficznego, prostego połączenia obrazu i słowa, podczas gdy peryferia to bardziej skomplikowane fotomontaże, pliki animowane czy komunikaty stricte audiowizualne typu wideo. Mem jako gatunek logowizualny zazwyczaj powstaje w ramach innych serwisów umożliwiających łatwe przygotowanie komunikatu (takich jak: Memgenerator.pl, Demotywatory.pl, Memy.pl, Kwejk.pl, IQKartka.pl), a następnie jest rozpowszechniany dzięki systemowi rekomendacji stosowanemu przez Facebook.com. Przykład mema zamieszczam poniżej (ilustr. 2).



**Ilustr. 2.** Co ja pacze?

Źródło: <http://kwejk.pl/obrazek/689626/co,ja,pacze.html> [dostęp 07. 2014]

„Co ja pacze kot” jest najbardziej znanym odpowiednikiem angielskiego *lolcat*, a dokładniej rzecz ujmując, jednej z jego wersji – tzw. *starecata* (ang. ‘gapiącego się kota’). W Polsce mem paczaizmu to przełom 2011 i 2012 roku. Kreatywnie rozwijany i bardzo płodny temat szturmem zawojował fora internetowe, portale społecznościowe, a jako nowe zjawisko doczekał się także licznych adnotacji w prasie i telewizji. Kreatywna zabawa towarzyska przyniosła całe szeregi memów, których pierwowzorem najprawdopodobniej była zamieszczona powyżej (ilustr. 2) pierwsza realizacja. W pierwowzorze została wykorzystana błędna konstrukcja gramatyczna. Pierwotnie obraz był graficzną odpowiedzią w trwającej rozmowie, jego zamieszczenie miało na celu pokazanie dezaprobaty.

Najczęściej spotykana forma memu charakteryzuje się zestawieniem emocjonalnego zdjęcia z nieoczywistym tekstem słownym pisanym prostą czcionką. Gatunek zakłada dużą zmienność poszczególnych elementów, natomiast wymaga stałego elementu tematycznego oraz stylu. Znaczenie ma rodzaj użytej czcionki. Czcionka ma być prosta, bezszeryfowa, ujawniająca nieprofesjonalne przygotowanie materiału. Całość ma wyglądać nieprofesjonalnie, jak domowa, szybka produkcja wynikająca ze spontanicznej kreatywności nadawcy. Mem staje zatem w kontrze do jakości rozumianej jako dopracowanie każdego szczegółu. Pod każdym względem obowiązuje zasada *work-in-progress*. Liczy się zatem kreatywność

momentalna i prosty koncept, a nie jakość wykonania. Całość przekazu jest zbudowana w oparciu o proste schematy: zarówno graficzne, jak i narracyjne, natomiast na ich bazie powstaje koncept – stosowany jest chwyt zaskoczenia, który bazuje na ironii i humorze. Z takiego ukształtowania komunikatu, ale także ze sposobu jego funkcjonowania w obiegu społecznym wykorzystującym mechanizm zabawy towarzyskiej i plotki (wirusowe rozprzestrzenianie się) wytwarzany jest nieredukowalny naddatek znaczenia. Wyłania się dopiero na styku wszystkich elementów słownych i graficznych.

Termin „mikroblog” jest używany w dyskursie badaczy zajmujących się platformami typu Twitter czy Facebook, natomiast rzadko posługują się nim uczestnicy komunikacji. Sama nazwa semantycznie nawiązuje do znacznie bardziej skrótowego i szybszego blogowania. Mikroblog to zatem strona mediów społecznościowych, na której internauta często umieszcza krótkie posty. Mikroblogi są ściśle związane z kanałami dystrybucji informacji rozumianymi jako sieci społeczne. Gromadzą one odbiorców w jednym miejscu w sieci, wskazując im dodatkowo potencjalne związki z innymi uczestnikami komunikacji [<http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/microblog>, dostęp 08.2014; Szews 2013: 271–289].

To, co kiedyś działo się głównie na forach, obecnie rozgrywa się na platformach mikroblogowych, które przejęły w dużej mierze funkcje łączenia i informowania. Są jak strumień informacji wszelkiego typu: od ogłoszeń premiery dotyczących zmian w rządzie, przez najnowsze informacje z kraju i ze świata nadawane przez tytuły prasowe, po wiadomości dotyczące wizyty u fryzjera i tego, co ktoś jadł na obiad. To kanały przesyłowe z informacjami z całego świata, bardzo różnej rangi. Odbiorca sam wybiera, do jakiego konkretnie rodzaju danych chce być podłączony, czyli decyduje, w strumieniu których informacji chce uczestniczyć. Merriam Webster podaje, że nazwa „mikroblog” została pierwszy raz użyta w 2005 roku [<http://www.merriam-webster.com/dictionary/microblogging>, dostęp 08.2014], jednak zaczęła się upowszechniać dopiero po 2006 roku. W 2007 roku istniało już ponad sto platform mikroblogowych, między innymi: Twitter, Tumblr, FriendFeed, Cif2.net, Plurk, Jaiku i identi.ca [<http://en.wikipedia.org/wiki/Microblogging>, dostęp 08.2014]. Uważa się, że serwisy społecznościowe typu Facebook, MySpace, LinkedIn, Diaspora\*, JudgIt, Yahoo Pulse, Google Buzz, Google+ i XING też mają cechy, które pozwalają je rozpatrywać w kategoriach mikroblogowania.

Za reprezentanta centrum kategorii mikroblogów uznają profile tematyczne, na peryferiach gatunku znajdują się natomiast profile blogów, instytucji oraz inne formy, w bardzo niewielkim stopniu ustabilizowane, silnie nasycone sytuacyjnością, w których trudno rozpoznać gatunek rozumiany jako rozpoznawalna i powtarzalna w budowie zasada konstrukcji tekstów. Przykład wpisu na profilu tematycznym zbliżonym poetyką do memów zamieszczam poniżej (ilustr. 3).



**Ilustr. 3.** Wpis na profilu *Głupie teksty Helveticą na artystycznych zdjęciach*

Źródło: <https://www.facebook.com/glupietekstyhelvetica/photos/a.186513218114496.37515.186499778115840/462401923858956/?type=1&theater> [dostęp 08.2014]

Profil *Głupie teksty Helveticą na artystycznych zdjęciach* parodiuje „złote myśli” zamieszczane w sieci, ale także poza nią (wykorzystywane często w reklamach), a związane poniekąd z rozwojem duchowości, traktowanym jednak nie w sposób głęboko filozoficzny, ale massmedialny. Mikroposty w ramach tego profilu nawiązują do uniwersalnych wartości, takich jak piękno, prawda, szczęście, marzenie, cierpienie. Przykładowy komentarz dotyczy na pierwszy rzut oka samotności, w praktyce jednak jest o czymś innym. Zapisany w postaci przypominającej liryczne wersy i z zaznaczeniem większymi czcionkami najbardziej znaczących słów mówi jednak o tym, że: „tylko jedna rzecz w życiu jest gorsza niż samotność, mianowicie jest to sok ze śmieci, czyli to coś, co czasem cieknie z worka. Ma-sa-kra...”

Autor zestawia idealne zdjęcia wykonywane w profesjonalnych sesjach z absurdalnym komentarzem dotyczącym codzienności. Dodatkowo, efekt absurdu wzmacnia jeszcze jeden element, a mianowicie odautorski komentarz zawierający pseudopoetycki cytat. Zatem przed logowizualnym memem pojawia się na przykład fragment tekstu utworu muzycznego: „Ptaki wyleciały z podziemi. Jeśli je widzisz, to zrozumiesz”. Parodiowana jest nie tylko fotograficzna maniera, ale także powszechne rozumienie duchowości i uniwersalnych wartości.

Do cech charakterystycznych dla memoidalnych profili tematycznych powstających w ramach platform mikroblogowych można zaliczyć: zwięzłość i kondensację przekazu, zestawianie skrajności, celowe łamanie zasady odpowiedniości, a także wspomniany już chwyt zaskoczenia z domieszką humoru i ironii. Natomiast w przeciwieństwie do memów – tego typu mikroblogi są bardziej dopracowane wizualnie.

Ze skalą zjawiska powstawania nowych form w sieci wiąże się nieuchronnie pojęcie kiczu. Demokratyzacja kultury w przewadze nie jest możliwa bez obniżenia jej poziomu, obowiązuje bowiem „prawo marmolady malinowej – im szerzej posmarujemy porcję marmolady, tym mniejszą warstwą pokryje ona ciasto [...]”. Kultura masowa rozwija się wśród przymusów rynku rozrywki. Przeznaczeniem jej jest kicz, który w odbiorze umożliwia łatwą identyfikację i projekcję. Wy różnikiem kiczu jest bowiem to, że zapewnia samospełnienie pragnień odbiorcy. W ten sposób pełni on głównie funkcje kompensacyjne sztuki” [Żółkiewski 2002: 601–602].

Pojawia się zatem kluczowe pytanie, czy traktować komunikację w internecie i tworzenie w ramach niej różnych przekazów jako kulturę masową czy popularną? Moim zdaniem w przypadku Internetu należy zdecydowanie zrezygnować z dwóch przytoczonych terminów i zastąpić je pojęciem kultury powszechnej. Dlaczego? Ponieważ żadne z nich nie uwzględnia specyfiki nowego medium, oba są silnie związane historycznie z czasem swojego powstania i realiami niewuwzględniającymi rewolucji informacyjnej ostatnich dziesięcioleci. Natomiast pewne wybrane aspekty obu pojęć, połączone ze sobą jako kultura powszechna, pozwalają dobrze uchwycić naturę komunikacji w sieci.

Terminy kultura masowa i kultura popularna są przez badaczy wyodrębniane, a ich wymienne stosowanie uchodzi za błąd metodologiczny. Kultura masowa jest rozumiana jako „przemysł kulturalny” (termin szkoły frankfurckiej) – zestandaryzowana, uśredniona, uprzemysłowiona, podlegająca prawom rynkowym, skomercjalizowana. Wiąże się ściśle z hegemonią kapitalizmu, przełomem XIX/XX wieku, a więc takimi procesami, jak urbanizacja i industrializacja. Z terminem masowe wiążą się zazwyczaj pejoratywne konotacje, ponieważ to, co masowe jest utożsamiane z pozbawionym wartości, niskim, homogenicznym [MacDonald 1944; Ortega y Gasset 2002; Riesman 2011; Marcuse 1991; Morin 1965]. W przypadku powstających w internecie form gatunkowo-komunikacyjnych mamy do czynienia z tak ogromną ilością tekstów, o dużym zróżnicowaniu, z różnych porządków kultury, ze zindywidualizowanymi przekazami, że uogólniające mówienie o pozbawieniu wartości, standaryzacji i homogeniczności wydaje się bezzasadane. Natomiast już kategoria przypisywana kulturze masowej związana z: ilością (liczba odbiorców, powstanie szerokiej publiczności) [Kłoskowska 1980] oraz dostępnością i wydajnością dzięki technicznym środkom pozwalającym na komunikację, jest jak najbardziej uzasadniona. Mowa zatem o *masowej aparaturze komunikacyjnej* czy inaczej *technicznych środkach masowej komunikacji*

[Żółkiewski 2002: 593]. Internet daje gotowe i łatwe narzędzia do przygotowywania i dystrybuowania tekstów bez konieczności włączania w proces profesjonalnych wydawców. Ich miejsce zastępuje schemat elektronicznej edycji. Sieć jest narzędziem, które daje możliwość powszechnej produkcji lub tworzenia oraz dystrybucji różnorodnych treści, inaczej mówiąc, jest technicznym systemem rozpowszechniania tekstów na szeroką skalę. Mowa zatem o masowej produkcji treści.

Termin kultura popularna (łac. *populus* 'lud') natomiast wiąże się z demokratycznością, otwartością i uniwersalnością [Storey 2003; Oswell 2006], chodzi więc o tworzenie treści. Historycznie zmieniało się w czasie rozumienie pojęcia kultury popularnej. Zarysuję jedynie kilka kluczowych definicji [za: Storey 2003; Oswell 2006]. Wiek XIX to pojmowanie ludu jako tego, co ludowe, folklorystyczne, pozwalające na utrzymanie wspólnoty narodowej i budowanie tożsamości wspólnot. Koniec XIX wieku wiąże się z rewolucją przemysłową i migrowaniem ludności ze wsi do miast. Najbliżej wtedy wspólnemu rozumieniu kultury popularnej i masowej, co wynikało ze strachu przed zachodzącymi zmianami – niewykształcony motłoch, rosnący w siłę, tworzący homogeniczną nie kulturę, a antykulturę. W latach trzydziestych XX wieku kontynuowany (Adorno i Horkheimer, Macdonald) jest trend postrzegania kultury popularnej jako nieautonomicznej, żerującej na prawdziwej kulturze, produkowanej przemysłowo i służącej manipulacji masami. Jej odbiorcy są traktowani jako bierni, pozbawieni własnego zdania i możliwości świadomego odbioru. Kolejna widoczna zmiana następuje w latach sześćdziesiątych dzięki Brytyjskim Studiom Kulturowym (Hall, Fiske, Williams). Lud jest traktowany co prawda jako pozbawiony władzy, ale jednocześnie aktywny, twórczy i suwerenny. Robotnicy, kobiety, mniejszości etniczne czy rasowe zaczynają manifestować swoją opozycyjność, stawiać opór, być zindywidualizowanym przekazem treści. Z kolei ujęcie antropologiczne przyjęte od lat osiemdziesiątych XX wieku i trwające do dziś każe myśleć o kulturze popularnej jako o wytworze obywateli – suwerennych podmiotów życia społecznego. Tym samym „popularne” to tyle, co powszechnie znane, aprobowane, uznawane, ale umożliwiające zakomunikowanie innym odrębności jednostki.

Komunikacja w internecie łączy elementy z definicji kultury masowej i popularnej. Z tej pierwszej bierze masowe środki komunikowania, kryterium ilościowe, powstanie szerokiej publiczności oraz ustandaryzowanie możliwości produkcji i dystrybucji treści. Z drugiej przejmuję komunikowanie odrębności jednostki, a więc także wybór i dobrowolność. Połączenie tych elementów, spotęgowane dodatkowo demokratyzacją medium, jakim jest sieć, daje w efekcie kulturę powszechną, w której powstają powszechne formy gatunkowo-komunikacyjne, takie jak memy czy mikroblogi. Kicz jest jednym z elementów dostępnych do użycia w ramach kultury powszechnej. Finalnie trzeba zatem zadać pytanie, na jakich płaszczyznach i w jaki sposób może współistnieć gatunek z kiczem.

Przyjmuję, że istnienie gatunków jest naturalną i konieczną właściwością tekstów (także multimedialnych) i komunikacji językowej. Genologia to obecnie ogromna gałąź wiedzy, rozwijająca się od starożytności, o wewnętrznym zróżnicowaniu. W tradycyjnym rozumieniu definiuje się ją jako dział poetyki zajmujący się rodzajami i gatunkami literackimi, badający zarówno definicję tych pojęć, sposoby istnienia, opisy struktury, typologię czy systematyzację materiału literackiego, jak i rozwój historycznych gatunków, historyczne systemy gatunków i pokłady świadomości genologicznej oraz użycie nazw i pojęć genologicznych [Cudak 2007: 13–14].

Nowa Genologia, która stawia sobie między innymi za cel opanowanie rzeczywistości piśmiennictwa sieciowego, jest obecnie dziedziną nauki usiłującą ujednoczyć perspektywę badawczą gatunków artystycznych i nieartystycznych. Ma ona objąć swoim zasięgiem artystyczne, paraartystyczne i nieartystyczne formy komunikacji piśmienniczej [Balcerzan 2007: 264–268]. Ponadto „sfera multimedialna zasadniczo zmieniła sytuację gatunków literackich, przełamała monopol kultury werbalnej, wylała się spod reguł dyskursu i wymaga od badacza – prócz analizy znaków językowych – analizy znaków plastycznych, muzycznych i filmowych. W intersemiotycznym tygłu niemożliwa do utrzymania wydaje się językoznawcza definicja tekstu” [Wysłouch 2007: 300]. Sieciowe teksty multimedialne wymuszają na badaczu analizę genologiczną także pod względem relacji logowizualnych, a więc typów dyskursów należących do różnych systemów semiotycznych. Nowoczesna genologia rozpatruje zatem takie elementy, jak [za: Wojtak 2004: 22]:

- struktura,
- uwikłania komunikacyjne: obraz nadawcy i odbiorcy, cel komunikacyjny, kontekst, typ przekazu, sfera komunikacyjna, medium,
- tematyka i sposób jej przedstawiania: perspektywa, punkt widzenia, hierarchia wartości i inne składniki obrazu świata
- wyznaczniki stylistyczne.

Jak wynika z zaprezentowanych przykładów (*Co ja pacze kot* oraz wpisu z profilu *Głupie teksty Helvetica na artystycznych zdjęciach*), wykorzystanie kiczu w strukturze gatunków może odbywać się na kilku płaszczyznach. O ile struktura komunikacji jest wartością obiektywną i niezależną od kiczu, o tyle kicz może przejawiać się już w przyjętej tematyce, stylistyce oraz kreowanym obrazie nadawcy i odbiorcy. Może więc pełnić rolę gatunkotwórczą jako jeden z elementów aż na trzech z czterech płaszczyzn. Ponieważ jednak memy i mikroblogi powstają w ramach kultury powszechnej, a więc masowej pod względem systemów technologicznych, a popularnej w ramach demokratyzacji medium, użycie kiczu to zazwyczaj świadoma gra z konwencją kiczu. Stylistyka kiczu jest wykorzystywana w ramach porozumienia komunikacyjnego, to mrugnięcie okiem do odbiorcy. Zabawa z kiczem jest jednym z elementów, który pozwala na tworzenie więzi społecznych, ponieważ umiejętność właściwego zdekodowania komunikatu pozwala na relacje w danej społeczności. Kicz to element gatunkowego kodu, którym porozumiewają się internauci kpiący z homogenicznej kultury w innych mediach.



## Bibliografia

- Balcerzan E. [2007], *Nowe formy w pisarstwie i wynikające stąd porozumienia*, [w:] *Polska genologia literacka*, Ostaszewska D., Cudak R. (red), Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Castells M. [2003], *Galaktyka Internetu*, Dom Wydawniczy Rebis, Warszawa.
- Cudak R. [2007], *Rzut oka na polską genologię literacką*, [w:] *Polska genologia literacka*, Ostaszewska D., Cudak R. (red), Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Kłoskowska A. [1964], *Kultura masowa. Krytyka i obrona*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa.
- Marcuse H. [1991], *Człowiek jednowymiarowy. Badania nad ideologią rozwiniętego społeczeństwa przemysłowego*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa.
- Morin E. [1965], *Duch czasu*, SIW „Znak”, Kraków.
- Ortega y Gasset J. [1972], *Bunt mas i inne pisma socjologiczne*, PWN, Warszawa.
- Oswell D. [2006], *Culture and Society*, SAGE Publications, London.
- Riesman D. [2012], *Samotny tłum*, Vis-a-Vis Etiuda, Kraków.
- Shifman L. [2013], *Memes in Digital Culture*, MIT Press Essential Knowledge, Cambridge.
- Szews P. [2013], *Mikroblog – odmiana blogu czy gatunek?*, „Acta Universitatis Lodziensis. Folia Litteraria Polonica”, nr 2.
- Storey J. [2003], *Inventing Popular Culture*, Oxford.
- Wojtak W. [2004], *Gatunki prasowe*, Wyd. UMCS, Lublin.
- Wysłouch S. [2007], *Nowa genologia – rewizje i interpretacje*, [w:] *Polska genologia literacka*, Ostaszewska D., Cudak R. (red), Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Żółkiewski S. [2005], *Ukryte założenia i jawne interpretacje kultury masowej*, [w:] *Nowe media w komunikacji społecznej XX wieku*, Hopfinger M. (red.), Oficyna Naukowa, Warszawa.
- <http://www.merriam-webster.com/dictionary/microblogging> [dostęp 08.2014].
- <http://en.wikipedia.org/wiki/Microblogging> [dostęp 08.2014].