

Małgorzata Karczevska
Uniwersytet Zielonogórski
0000-0002-3265-6042

HUMOR W MEMACH INTERNETOWYCH ZWIĄZANYCH Z PANDEMIĄ KORONAWIRUSA: ANALIZA WYBRANYCH PRZYKŁADÓW

Rola memów w czasie pandemii koronawirusa

Rok 2020 został zdominowany przez ogólnoswiatową pandemię koronawirusa SARS-CoV-2. Wraz z kryzysem zdrowotnym i wprowadzanymi ograniczeniami pojawił się kryzys ekonomiczny, a tym samym rok 2020 stał się rokiem obaw o zdrowie, ale też sytuację finansową. Nowa, nieznana rzeczywistość rodzi więc lęk i napięcie, którym trzeba stawić czoła.

Od wieków ludzie starali się oswoić nieznane, próbując wytłumaczyć obserwowane zjawiska, ale też podchodząc z humorem do zagrożeń, na które nie mieli wpływu. Efekt ten osiągnęto za pomocą zabawnych rysunków, karykatur czy prześmiewczych utworów literackich. Obecnie humor może przyjmować także formę memów upublicznianych w internecie. Dzięki generatorom memów każdy użytkownik sieci może stworzyć swojego mema, a media społecznościowe pozwalają na łatwe i szybkie rozpowszechnianie memów wśród internautów. Jest to jedna z cech kultury postmodernistycznej: dzięki nowym technologiom człowiek może być twórcą kultury i jej konsumentem niemal bez ograniczeń¹. W artykule termin „mem” jest użyty w znaczeniu memu internetowego. To uściślenie wydaje się istotne w odniesieniu do teorii memów: według twórcy terminu „mem”, Richarda Dawkinsa², mianem tym określa się wszelkie elementy kultury, które rozprzestrzeniają się, replikują wśród ludzi drogą naśladownictwa. Może chodzić o pewne motywy literackie, idee, ale też o konkretną wiedzę związaną z życiem codziennym, jak przygotowanie potraw czy tworzenie narzędzi i broni. Oczywiście w tym sensie memy funkcjonują od początków istnienia człowieka i kultury.

Na potrzeby artykułu mem rozumiany jest więc jako mem internetowy. Mem składa się z dwóch elementów wizualnych: obrazu i podpisu, często w formie dwóch

¹ K. Ożóg, *Kilka uwag o intertekstualności w dobie ponowoczesnej*, [w:] *Intertekstualność we współczesnej komunikacji językowej*, red. J. Mazur, A. Małyska, K. Sobstyl, Wyd. UMCS, Lublin 2010, s. 61.

² R. Dawkins, *Samolubny gen*, Prószyński i s-ka, Warszawa 2012, s. 359.

tekstów: nagłówek nad obrazem i komentarza bądź odpowiedzi na pytanie pod obrazem. Mem jest więc tworem multimodalnym, w którym element wizualny łączy się z elementem werbalnym. Tym samym środki audiowizualne odgrywają w nim znaczną rolę, co wpisuje się w nurt „stale rosnącej roli obrazu w kulturze”³. Ze względu na ograniczoną przestrzeń, w memach dominują teksty krótkie, kilkuwyrazowe. Mogą także pojawiać się pytania i odpowiedzi nawiązujące do materiału graficznego. Tym samym z kategorii memów wyłączone zostają np. łańcuszki szczęścia czy plotki, o których wspomina Maciej Zaremba⁴.

Memy „koronawirusowe” należą do tzw. memów okolicznościowych, czyli takich, które odnoszą się do konkretnych, punktowych wydarzeń typu mistrzostwa świata w piłce nożnej. Z definicji ich żywotność ogranicza się do czasu trwania danego wydarzenia; zainteresowanie takimi memami wygasa po ustaniu okoliczności, w których się narodziły. Jest to element wspólny memów i humoru: jak zauważa Dariusz Grabowski, „przynajmniej w części przypadków cechą decydującą o skuteczności dowcipów jest ich aktualność”⁵. Tym samym memy o koronawirusowej rzeczywistości tracą popularność wraz z ustaniem epidemii.

Warunkiem funkcjonowania dowcipu jest jego odbiór przez osoby, które go po pierwsze rozumieją, a po drugie uznają za śmieszny, stąd humor ma charakter społeczny, funkcjonuje w pewnej wspólnotcie śmiechu, by użyć terminologii Kazimierza Żygulskiego⁶. Wiąż społeczna, solidarność rodzi się w obliczu wspólnego wroga, jak zauważyła Anna Wierzbicka⁷, choć polska językowniczka odnosiła się do kawałów politycznych, opartych na podziale my-oni. „Humor bardzo zależy od wspólnego kontekstu, nastroju i nastawienia”⁸, jest to więc pewnego rodzaju interakcja społeczna.

W obecnych czasach ludzkość jak nigdy wcześniej jednoczy się na poziomie globalnym w walce z koronawirusem. Jest to niewątpliwie czas próby, ale też refleksji, zmian czy wreszcie nadziei. Nadzieja ta skłania do zabawy, a to właśnie z „instynktu zabawy” wywodzi się „ludzka skłonność do dowcipu”⁹, który jest formą rozrywki, uwolnienia się od negatywnych emocji, trosk. Warunkiem funkcjonowania komizmu

³ M. Kawka, *Dyskurs multimodalny – nowa kategoria badawcza?*, „Zeszyty Prasoznawcze” 2016, t. 59, 2 (226), s. 296.

⁴ M. Zaremba, *Memy internetowe (2010-2011)*, „Media i Społeczeństwo” 2012, 2, s. 63.

⁵ D. Grabowski, *Sigmunda Freuda teoria dowcipu, humoru i komiki*, Universitas, Kraków 2019, s. 13.

⁶ Żygulski K., *Wspólnota śmiechu. Studium socjologiczne komizmu*, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa 1985.

⁷ A. Wierzbicka, *Cross-Cultural Pragmatics. The Semantics of Human Interaction*, 2. ed., Mouton de Gruyter, Berlin-New York 2003.

⁸ M.M. Hurley, D.C. Dennett, R.B. Adams Jr., *Filozofia dowcipu. Humor jako siła napędowa umysłu*, Copernicus Center Press, Kraków 2017, s. 24.

⁹ D. Brzozowska, *O dowcipach polskich i angielskich. Aspekty językowo-kulturowe*, Wyd. Uniwersytetu Opolskiego, Opole 2000, s. 32.

jest pewien dystans wobec rzeczywistości i samego siebie¹⁰, a śmiech jest oznaką ulgi, rozluźnienia po czasie napięcia wywołanego dostrzeganym zagrożeniem¹¹. Warto zauważyć, że „zabawa jest starsza od kultury”¹², daje wytchnienie, ale też uczy (jak np. zabawa dzieci naśladowujących dorosłych). O ile w przypadku kawałów praktycznie jedyną formą przekazu jest tekst, w memach duża część znaczenia przekazywana jest poprzez materiał graficzny – zdjęcie bądź obrazek, a tekst – z racji ograniczonych rozmiarów mema – jest ograniczony do minimum. Dodatkowym elementem, który może pojawić się w memie, są emotikony czy emoji, ideogramy i piktogramy służące do wyrażania emocji przez autora mema.

Charakterystyczną cechą memów jest intertekstualność rozumiana jako nawiązanie do dzieł kultury, w tym kultury popularnej¹³. O intertekstualności memów rozumianej jako „odniesienie do ważnych lub aktualnych tekstów kultury – w tym także innych memów” wspominają również Karolina Brylska i Tomasz Gackowski¹⁴. Agnieszka Niekrewicz zwraca uwagę, że „wielość i różnorodność memetycznych odwołań intertekstualnych odzwierciedla istotę współczesnej kultury popularnej opartej na kompilacji, zapożyczaniu, łączeniu sprzecznych elementów oraz swobodnym przetwarzaniu utrwalonych wzorców”¹⁵, a „rodzajem gry inicjowanej przez twórcę memu [...] jest uruchomienie odwołań intertekstualnych”¹⁶.

Odczytanie znaczenia memów wymaga więc znajomości z jeden strony kultury, a z drugiej – bieżącej sytuacji, co jest kluczową kwestią w przypadku memów odwołujących się do pandemii. Jak zauważa Niekrewicz¹⁷, memy powstają w reakcji na wydarzenia i są „dowodem na kształtowanie się nowego sposobu wyrażania poglądów społeczno-politycznych”. Tym samym, „zabawy werbalno-graficzne, nadające memom charakter ludyczny, współlistnieją z refleksjami na temat problemów współczesnego świata”¹⁸. W zebranych korpusie pojawia się np. mem przedstawiający Monę Lisę Leonarda da Vinci z maseczką na twarzy i w rękawiczkach (jest to jedyny mem

¹⁰ M. Szeplińska-Baran, *L'humour dans la communication- la communication de l'humour*, Wyd. Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2012, s. 19.

¹¹ *Ibidem*, s. 26.

¹² J. Huizinga, *Homo ludens*, Czytelnik, Warszawa 1998, s. 11.

¹³ Por. J. Podracki, M. Skarżyńska, *Intertekstualność w reportażu telewizyjnym (TVP2)*, [w:] *Intertekstualność we współczesnej komunikacji językowej*, red. J. Mazur, A. Małycka, K. Sobstyl, Wyd. UMCS, Lublin 2010, s. 71.

¹⁴ K. Brylska, T. Gackowski, *Krytyka polityczna w memach internetowych – od dekonstrukcji po rekonfigurację*, [w:] *Memmy czyli życie społeczne w czasach kultury obrazu*, red. T. Gackowski, K. Brylska, M. Patera, Wyd. UW, Warszawa 2017, s. 27.

¹⁵ A.A. Niekrewicz, *Od schematyzmu do kreatywności: język memów internetowych*, Wyd. Akademii im. Jakuba z Paradyża, Gorzów Wielkopolski 2015, s. 220.

¹⁶ *Ibidem*, s. 165.

¹⁷ *Ibidem*, s. 32.

¹⁸ *Ibidem*.

w korpusie, w którym nie ma tekstu, jest tylko obraz). Mem ten ma pokazać, że cały świat, łącznie z bohaterami klasycznych dzieł sztuki, musi zmierzyć się z pandemią i zachować wskazane środki bezpieczeństwa. We wszystkich pozostałych przykładach wykorzystany jest tekst i to on będzie przedmiotem analizy. Ze względu na ograniczony rozmiar tekstu pojawiającego się w memach, często wykorzystywane są skróty, a język memów obfituje w odstępstwa od reguł ortograficznych, gramatycznych czy składniowych, bogaty jest za to w innowacje leksykalne.

Znane od starożytności komizm słowa, postaci i sytuacji współlistnieją ze sobą¹⁹. Jak zauważa Dorota Brzozowska, „wszystkie dowcipy są – w odpowiedniej proporcji – zarówno referencyjne, jak i językowe”²⁰. Bogaty jest arsenał środków językowych, których użycie pozwala osiągnąć efekt humorystyczny, jak np. modyfikacje postaci wyrazów i związków frazeologicznych, neologizmy, rymy, czy określone zestawienia elementów słownictwa, by wspomnieć główne mechanizmy wykorzystywane w komizmie językowym²¹. Celem analizy jest więc ustalenie, jakie środki zostały wykorzystane w badanych memach.

Humor w memach związanych z pandemią koronawirusa

Na potrzeby badania wybranych zostało 40 spośród 195 memów udostępnionych na stronie Dziennika Polskiego²² jako ilustracja do artykułu prasowego opisującego koronawirusa i walkę z nim. Wybrano memy z tekstami w języku polskim i odnoszące się do polskich realiów. Celem badania jest analiza środków, które zostały wykorzystane w badanych memach w celach humorystycznych²³.

Wśród zebranych memów można wyróżnić kilka grup tematycznych:

1. czynności dnia codziennego w dobie pandemii,
2. narodowe cechy Polaków w obliczu pandemii,
3. efekty izolacji społecznej,
4. działania polityków i służb.

Poszczególne grupy memów będą poddane analizie w kolejnych częściach pracy.

¹⁹ D. Buttler, *Polski dowcip językowy*, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 2001, s. 58.

²⁰ D. Brzozowska, *op. cit.*, s. 70.

²¹ D. Buttler, *op. cit.*

²² <https://dziennikpolski24.pl/memy-o-koronawirusie-i-kwarantannie-obnaza-prawdziwe-uczucia-ale-uczna-tez-profilaktyki-przed-covid19/ga/c15-14753252>, autor: TK, (12.05.2020), (27.08.2020).

²³ W innej publikacji (M. Karczewska, *A Picture of the Coronavirus Pandemic in Selected Polish Memes*, „Studijos – verslas – visuomene: dabartis ir ateities išvalgos: Studies – Business – Society: Present and Future Insights. Conference Proceedings” 2020, t. 5, s. 59-66) przedstawionych jest dziesięć spośród przeanalizowanych memów jako ilustracja pandemicznej rzeczywistości. Na potrzeby niniejszej publikacji przeanalizowano większą liczbę memów, a także skoncentrowano się na prześledzeniu mechanizmów warunkujących ich humorystyczny aspekt.

Analiza memów przedstawiających życie codzienne w dobie koronawirusa

Do grupy pierwszej zaliczono memy przedstawiające życie codzienne w dobie pandemii, przede wszystkim zakupy (sposób ich robienia i wybierane artykuły), ale także dbanie o higienę i wygląd. Daleko idące obostrzenia wprowadzone w pierwszej fazie walki z epidemią wymuszały nowe zachowania i rozwiązania. Symbolem tego może być mem, na którym pies, stojąc na dwóch nogach, pyta swojego właściciela: „Chcesz coś z Żabki?”. Tym samym pan zostaje w domu, a to jego pies udaje się do pobliskiego sklepu po sprawunki. Odmienną rzeczywistość symbolizuje chodzenie psa na dwóch nogach, a także umiejętność mówienia i robienia zakupów. Są to cechy przypisywane ludziom, które jednak w sytuacji pandemii stają się udziałem psów. Fakt ten ma podkreślić niecodzienny, surrealistyczny wręcz charakter pandemii. Warto dodać, że media informowały o przypadkach, gdy właściciele wysyłali swoje psy na zakupy z listą sprawunków i pieniędzmi umieszczonymi za obrozą, pewne aspekty prześmiewczego mema znalazły więc odzwierciedlenie w rzeczywistości. W memie pojawia się nazwa sieci franczyzowej lokalnych sklepów spożywczych Żabka. Znajomość tej nazwy i skojarzenie sklepu z szybkimi zakupami najpotrzebniejszych produktów jest istotna dla zrozumienia istoty dowcipu. Jest on bowiem oparty na odwróceniu ról psa i jego pana oraz na antropomorfizacji: pies zyskuje ludzkie umiejętności oraz rolę dostawcy żywności. Pytanie zadane w drugiej osobie liczby pojedynczej podkreśla zażyły, koleżeński charakter relacji psa i jego pana.

Odwrócenie roli ludzi i psów obecne jest także w memie, na którym trzy psy patrzą ze zdziwieniem i zadają następujące pytanie: „Co się dzieje?? Dlaczego ludzie chodzą w kagańcach?”. Pytanie to wyraża zdziwienie, że oto ludzie, a nie psy, mają zakryte twarze. Tym samym maseczki noszone w celu ochrony przed zakażeniem są porównane do kagańców zakładanych psom. Ponownie podstawą dowcipu jest odwrócenie typowych ról, antropomorfizacja psów oraz skojarzenie maseczek z kagańcami ze względu na wspólną cechę zakrywania części głowy (ust/nosa u ludzi i pyska u psów).

W memach temat zabezpieczeń przez wirusem pojawia się dość często, np. w postaci zdjęć klientów noszących worki na głowie i rękawice, mające zabezpieczyć ich przed zakażeniem. Na jednym z takich memów pojawia się napis: „Styl casual męski na wyjście do sklepu”. Jest to odwołanie do mody, która w dobie pandemii ma służyć przede wszystkim ochronie przed zakażeniem. W tym podpisie angielski przymiotnik *casual* istotnie odnosi się do stylu codziennego doby pandemii, choć niekoniecznie jest on *casual* w znaczeniu przyjętym w świecie mody, czyli ‘wygodny, na luzie’. Przymiotnik ten nabiera więc nowego znaczenia w danej sytuacji czy raczej wraca do swego pierwotnego znaczenia ‘zwyczajny, powszechny’. Podstawą dowcipu jest zmiana

znaczenia angielskiego zapożyczenia funkcjonującego w języku mody i wykorzystanie go w nowych realiach.

W memach wśród zabezpieczeń mających uchronić przed zakażeniem pojawiają się dość często maski gazowe i wojskowa odzież ochronna. Na jednym z memów ludzie je noszący ukazani są w towarzystwie napisu: „Rodzinny obiad w czas pandemii”. Mem ten opiera się na porównaniu koronawirusa do broni biologicznej masowej zagłady, a w dobie pandemii kontakty z innymi ludźmi, nawet z najbliższymi, są śmiertelnym zagrożeniem. W tym przykładzie uderza kontrast pomiędzy sformułowaniem „rodzinny obiad”, który kojarzy się ze spotkaniem w miłej atmosferze, a elementami wyposażenia bojowego używanego w czasie zagrożenia biologicznego czy chemicznego. Podstawą dowcipu jest zestawienie hasła „rodzinny obiad” z obrazem wojny, czyli dwóch odległych i przeciwstawnych emocjonalnie wydarzeń. Podświadomie uruchamiana jest tym samym metafora kognitywna PANDEMIA TO WOJNA, pokazująca niecodzienny charakter pandemii i podkreślająca jej podobieństwo do konfliktu zbrojnego. Ocena, na ile to skojarzenie jest uzasadnione, może warunkować dostrzeżenie potencjału humorystycznego mema.

Przesadą z pewnością jest założenie stroju znanego z filmu *Seksmisja*: kombinezonu i szklanego hełmu, jak to zostało pokazane na kolejnym z memów. Wykorzystuje on podobiznę Bożeny Strykównej, aktorki, która wystąpiła w filmie Juliusza Machulskiego. Jest to element zrozumiały dla Polaków znających ten film. Na obrazie pojawia się deklaracja kobiety: „koronawirusa się nie boję”. Podstawą dowcipu jest więc zestawienie elementu zapisanego w kulturze polskiej z nowymi realiami, a także odważny komunikat bohaterki, która w filmie należała do grona nowoczesnych, silnych kobiet.

W pierwszej fazie pandemii dla Polaków towarami pierwszej potrzeby stała się żywność z długim terminem ważności, a także papier toaletowy. Fakt ten znajduje odzwierciedlenie w memach: napisowi „Giełda Papierów Wartościowych” towarzyszy zdjęcie półki sklepowej z papierem toaletowym, a apel „Policja ostrzega: nie zostawiać wartościowych rzeczy w samochodzie na widocznym miejscu” ilustruje zdjęcie rolki papieru toaletowego pozostawionej na półce pod tylną szybą auta. Autentyczności ostrzeżeniu ma dodać logo policji umieszczone na memie. Humorystyczne jest zestawienie wyrażenia *papiery wartościowe* oznaczającego ‘wszelkie instrumenty finansowe inne niż pieniądze’²⁴ ze zdjęciem papieru toaletowego, który tym samym określony jest przymiotnikiem *wartościowy*, odnoszącym się do wysokiej wartości, niekoniecznie materialnej, danego przedmiotu. Istota dowcipu polega na podwójnym znaczeniu związku frazeologicznego *papier wartościowy*: to z jednej strony stały związek frazeologiczny

²⁴ <https://www.gazetaprawna.pl/encyklopedia/prawo,hasla,335061,papiery-wartosciowe.html> [8.09.2020].

o przytoczonym znaczeniu, lecz z drugiej, w odniesieniu do papieru toaletowego, staje się związkiem luźnym, którego elementy mogą ulegać zmianie. Mem skłania do refleksji nad wartością prostych elementów codzienności, które w obliczu pandemii nabierają – *nomen omen* – wartości.

O wartości papieru toaletowego przypomina także mem wykorzystujący wizerunek Adriana Zandberga, walczącego o równy dostęp do zasobów papieru następującym komentarzem: „To nie może tak być, że 10% społeczeństwa posiada 90% papieru toaletowego”. Podstawą dowcipu jest zestawienie podniesłego hasła promującego równość obywateli z kontekstem dostępności trywialnego towaru, jakim jest papier toaletowy, a także wykorzystanie wizerunku lewicowego polityka wyznającego określone poglądy społeczne.

Kluczem do zrozumienia znaczenia memów jest znajomość realiów, do których się odnoszą, ale także elementów kultury i życia społecznego.

Narodowe cechy Polaków w obliczu pandemii

Kryzysowe sytuacje nierzadko uwypuklają pewne cechy grup społecznych, co nastąpiło także w przypadku pandemii. Kolejnym towarem, który cieszył się powodzeniem na początku pandemii było mydło, co zostało zilustrowane memem pokazującym prawie pustą półkę z mydłem w markecie i stosownym podpisem: „2020: Polacy zaczynają się myć”, co jest aluzją do problemu Polaków z utrzymaniem higieny osobistej. Zwrócenie większej uwagi na higienę osobistą jest więc wydarzeniem wartym odnotowania w kronikach na wzór ważnych bitew czy traktatów pokojowych, co sugeruje zapis wykorzystujący datę roczną. Dowcip osadzony jest na stereotypie Polaka niedbającego o higienę i na zestawieniu zmiany nawyków z wydarzeniami historycznymi. Potwierdzeniem niechęci Polaków do mycia się jest mem przedstawiający czarne od brudu stopy pary ludzi leżących na łóżku. Zdjęcie opatrzone jest pytaniem: „Od 3 tygodni tylko myj ręce i myj ręce..., a kiedy podadzą komunikat myj nogi????”. Mem ten nawiązuje do kampanii społecznych zalecających częste mycie rąk, co ma zapobiec rozprzestrzenianiu się koronawirusa, ale ukazuje też brak samodzielnego myślenia obywateli, którzy oczekują instrukcji dotyczących podstawowych czynności dnia codziennego. Jednocześnie może być to zinterpretowane jako krytyka odbiorców, którzy ślepo podążają za instrukcjami płynącymi od władzy i z mediów, zamiast podejmować samodzielne decyzje. Kilkukrotne powtórzenie znaku zapytania może wyrażać irytację, ale też bezradność, zależnie od intonacji głosu pytającego.

Temat higieny podejmuje kolejny mem, na którym pojawia się postać z serialu *Allo! Allo!*, angielski oficer Crabtree przebrany za francuskiego żandarma, znany z niepoprawnego posługiwania się językiem francuskim. Także w polskim tłumaczeniu

serialowych dialogów popełnia on błędy językowe niejednokrotnie znacznie utrudniające komunikację. Ta cecha wykorzystana jest w memie jako podstawa humoru językowego. Żandarm, przebrany za biskupa odprawiającego mszę, nawołuje „Mydlmy się!”. Przebranie duchownego sprawia, że odbiorca rozumie jego pierwotny komunikat: „módlmy się”, ale błąd językowy nadaje komunikatowi nowe znaczenie, pasujące do okoliczności pandemii. Warto dodać, że w wielu odcinkach bohaterowie serialu przebijają się za inne postaci; jest to element działań francuskiego ruchu oporu, a fakt ten niejako nadaje prawdopodobieństwa scenie przedstawionej w memie. Podstawą dowcipu jest wykorzystanie elementu interkulturowego w realiach pandemii, a na płaszczyźnie językowej zniekształcenie wezwania „módlmy się”, które nadaje apelowi nowe znaczenie.

O tendencji Polaków do robienia nadmiernych zakupów, zwłaszcza w obliczu nieznanego zagrożenia, przypomina mem pokazujący polską rodzinę: rodziców z dwójką dzieci, pchających wózek wyładowany zakupami. Są oni przedstawieni w jako postaci z pomnika z podpisem: „Pomnik bitwy pod Kauflandem 2020”. Tym samym robienie zakupów w markecie w dobie pandemii wymaga bohaterstwa i jego upamiętnienia dla potomnych niczym bitwa pod Grunwaldem z 1410 roku. Ponownie istotą dowcipu jest zestawienie znanego wydarzenia historycznego z obecną sytuacją, a zrozumienie go wymaga znajomości historii Polski. Wywołanie odpowiedniego skojarzenia ułatwia specjalnie dobrana nazwa niemieckiego marketu.

Ładunek emocjonalny towarzyszący zakupom został oddany w memie prezentującym tłum klientów z obłędem w oczach wyciągających ręce po towar. Zdjęciu towarzyszy podpis: „I teraz nie wiesz, czy koronawirus zmutował i spowodował zombie outbreak, czy rzucili jakąś promkę w Lidlu”. Autor mema zwraca tym samym uwagę na promocje w markecie przyciągające tłumy klientów, którzy są skłonni do irracjonalnych czy agresywnych zachowań, aby tylko nabyć wybrany towar. Na płaszczyźnie językowej należy zwrócić uwagę właśnie na anglicyzm *zombie outbreak*, oznaczający pojawienie się zombie-żywych trupów i upadek współczesnej cywilizacji. Jest to motyw znany z literatury, filmów i gier komputerowych, a wybuch pandemii spowodował wzrost jego popularności. Drugim elementem językowym jest *promka*, słowo należące do języka młodzieży²⁵, będące skróconą formą słowa *promocja*. Wykorzystanie tej potocznej formy oraz pytania w drugiej osobie liczby pojedynczej sugeruje zażyłość z odbiorcą memu. Ponadto domniemany atak zombie wywołany mutacją wirusa został porównany do ferworu zakupów w popularnej sieci dyskontów, gdy pojawia się pożądaný towar w niższej cenie. Kluczem do zrozumienia dowcipu jest znajomość nazwy sklepu i upodobania Polaków do okazjnych zakupów.

²⁵ <https://sjp.pwn.pl/msr/szukaj/promka> (30.12.2020).

Temat rywalizacji o towar poruszony zostaje w jeszcze jednym memie, na którym ukazane są dwa zdjęcia nosacza sundajskiego – małpy, która w internecie pojawia się w memach jako uosobienie typowego Polaka. W omawianym memie widoczne są dwa obrazki: nosacz najpierw myśli, a następnie chwyta za słuchawkę telefonu. Przy pierwszym zdjęciu pojawia się podpis: „Ostatnio paczkie kaszy spszet nosa zabrał bydle, jusz ja cie dojadę”. Wypowiedź ta wyraża złość na innego klienta, który zabrał ze sklepowej półki ostatnią paczkę kaszy. Złość powoduje frustrację i chęć zemsty: czasownik *dojechać* oznacza w tym kontekście ‘dokuczyć komuś’²⁶. Planowana zemsta nawiązuje do czasów pandemii: otóż nosacz wypowiada do słuchawki telefonu następujące słowa: „Halo? Senepit? Somsiat jakoś dziwnie kaszle i kicha”. Tym samym dochodzi do sąsiedzkiego donosu do służb sanitarno-epidemiologicznych w nadziei na skierowanie sąsiada na kwarantannę ze względu na obecność (realnych lub fikcyjnych) objawów sugerujących zakażenie koronawirusem. W memie, podobnie jak w innych z nosaczem w roli głównej, pojawiają się liczne błędy językowe, będące aluzją do niskiego poziomu wykształcenia przeciętnego Polaka. W omawianym memie wyraźnie widać złość i zawiść, będące motorem działań głównego bohatera. Podstawą dowcipu jest właśnie postać małpy uosabiającej stereotypowe cechy Polaków: zawiść i wrogość do tych, którzy odnieśli sukces.

W dobie koronawirusa, a zwłaszcza w jego pierwszej fazie wiosną 2020 roku wprowadzono liczne zakazy, w tym zamknięcie zakładów fryzjerskich i kosmetycznych. Skazało to Polaków albo na samodzielne wykonywanie zabiegów pielęgnacyjnych, albo na korzystanie z usług fryzjerów i kosmetyczek wbrew zakazom. Nielegalne korzystanie z usług fryzjerów jest tematem memu ukazującego zdjęcie pokrywy studzienki ulicznej, spod której wydobywa się głos: „Tak zostawić czy podcinamy jeszcze grzywkę?”. Jest to niewątpliwie pytanie fryzjera skierowane do klienta, ale miejsce rozmowy dowodzi, że rynek usług fryzjerskich zszedł – dosłownie – do podziemia. Wykorzystanie pierwszej osoby liczby mnogiej czasownika *podcinać* podkreśla udział klienta w tworzeniu fryzury, a także pewną poufałość fryzjera w stosunku do niego.

Nie wszystkie salony zdecydowały się na nielegalne świadczenie usług, część fryzjerów i kosmetyczek bała się zagrożenia, co ilustruje mem, na którym kobieta, prawdopodobnie fryzjerka bądź kosmetyczka, siedzi zamknięta w pomieszczeniu, a za oknem kłębi się tłum klientów w maskach przeciwgazowych. Elementem tekstowym są wypowiedzi klientów oczekujących usługi: „Ala, otwórz!”, „Już mam odrosty!”, „Chcę tylko zdjąć hybrydę” oraz „Nie byłam we Włoszech przysięgam!”. Wypowiedzi te informują o zabiegach, jakim chciałyby poddać się klientki: farbowanie odrostów i zdjęcie lakieru hybrydowego z paznokci (*hybryda* to forma skrócona, używana często

²⁶ Za: sjp.pwn.pl (1.09.2020).

w kontekście usług kosmetycznych). Znamienne jest uroczyste zapewnienie, realizowane czasownikiem *przysięgać*, że klientka nie była we Włoszech (przysięga jest zarezerwowana dla podniosłej obietnicy składanej Bogu i Ojczyźnie). Otóż w początkowej fazie pandemii zalecano ostrożność w kontaktach z osobami, które wróciły z krajów podwyższonego ryzyka: Chin, Iranu czy właśnie Włoch. O sile zapewnień świadczy również wykorzystanie wykrzykników, a jedną z metod przekonania manikiurzystki do otwarcia salonu jest użycie partykuły ograniczającej *tylko*, mając podkreślić, że zabieg nie jest niezwykły czy skomplikowany, a tym samym – domyślnie – nie powinien wzbudzać niepokoju u osoby go wykonującej. Innym zabiegiem jest zwrócenie się do osoby zamkniętej w salonie zdrobniałą formą jej imienia *Ala* (w mianowniku zamiast wołacza), a także użycie trybu rozkazującego *otwórz*, co sugeruje zażyłość z klientką. W memie pojawiają się maski gazowe, służące porównaniu epidemii do wojny z użyciem broni chemicznej, jak w jednym z omawianych wcześniej memów.

Pandemia obnaża typowe zachowania określonych grup, w tym narodowościowych. Z memów wyłania się obraz Polaków z ich określonymi cechami i zachowaniami. Jedną ze strategii mających zwalczać wirusa jest produkcja i konsumpcja alkoholu. Odwołuje się do tego mem, na którym zestawiono zdjęcie dziennikarki prowadzącej *Wiadomości* z fotografią nielegalnej destylarni. Na zdjęciu pojawia się ponownie nosacz symbolizujący „typowego Polaka”, co potwierdza fakt, że Polacy znają się na produkcji alkoholu. Prezentowanym wiadomościom towarzyszy napis na pasku informacyjnym „Świat drży przed groźnym wirusem”, z kolei zdjęcie destylarni opatrzone jest komentarzem „Podlasie: trwają prace nad antidotum”. W memie ma śmieszyć zestawienie poważnych wiadomości ze świata z polskimi realiami opartymi na wspomnianym stereotypie.

Do spożycia alkoholu nawiązuje też mem pokazujący zdjęcie okazałej kolekcji pustych butelek po piwie, opatrzony podpisem „Kwarantanna w akademiku”. Mem ten jest oparty na stereotypie studenta-miłośnika alkoholu. Warto wyjaśnić, że w rzeczywistości w czasie pandemii większość akademików opustoszała ze względu na przejście uczelni na nauczanie zdalne oraz na fakt przekształcenia domów studenta w izolatoria bądź hotele dla pracowników służby zdrowia. Do innego stereotypu studenta, a mianowicie osoby unikającej zajęć dydaktycznych, odwołuje się mem z dwoma ujęciami pustej auli i podpisem: „Przeciętny wykład przed odwołaniem zajęć” oraz „Przeciętny wykład po odwołaniu zajęć”. Pandemia nie wpłynęła na frekwencję, niezależnie bowiem od sytuacji epidemicznej sala wykładowa świeci pustkami. Podstawą obu memów jest stereotyp studenta-bywalca imprez, który unika chodzenia na wykłady.

Bardziej uczęszczanym miejscem są świątynie, w których wprowadzono ograniczenia w liczbie wiernych uczestniczących we mszy. Do tego faktu odwołuje się mem, na którym starsza kobieta kurczowo trzyma się kraty zamykającej wejście do

kościół. Kobieta wykrzykuje następujące słowa: „Otwierać kuźwa! Policzyłam! 48 osób weszło!”, upominając się o prawo wejścia do świątyni (limit wiernych w świątyni wynosił wówczas 50 osób). Elementem komicznym jest zestawienie starszej pani, praktykującej katolicyzmi, z jej zdecydowaną postawą i doбором środków językowych (tryb rozkazujący, wulgaryzm, wykrzyknienie).

Natomiast nie wszyscy wierzą w pandemię i obawiają się wirusa: jeden z memów pokazuje bawiącą się młodzież, a imprezie towarzyszy podpis: „Jest kwarantanna, jest koronaparty”. Hasło to nawiązuje do sloganu reklamowego marki chipsów: „jest Crunchips, jest impreza”. W memie pojawia się neologizm *koronaparty* ‘impreza organizowana w dobie koronawirusa w celu zarażenia się’, będący kalką angielskiego wyrażenia *corona(virus) party*. Odtwarzany jest tym samym angielski wzorzec składniowy, podobnie jak w przypadku *ospa party*, czyli spotkania dzieci zdrowych z dzieckiem chorym na ospę wietrzną w celu zakażenia i przechorowania ospy w dzieciństwie, gdy przebieg choroby jest łżejszy niż u osób dorosłych. Kluczem do odczytania memu ponownie jest znajomość realiów społeczno-kulturowych.

Skutki pandemii i izolacji

Pandemia zostawia też ślady na ciele i w psychice. Na jednym z memów pojawia się zdjęcie aktora Jacka Nicholsona, znanego z ról psychopatów, którego wyraz twarzy sugeruje jakiś problem psychiczny. W memie aktor formuluje proste pytanie: „Dziś poniedziałek, środa czy lipiec?” ujawniające zagubienie w czasoprzestrzeni. Taki problem z odnalezieniem się w czasie wynika najprawdopodobniej z izolacji społecznej, połączonej z wykonywaniem pracy w formie zdalnej, która sprawia, że każdy dzień jest taki sam.

Wśród innych konsekwencji izolacji wymieniana jest nadwaga, zwłaszcza u osób, które przed pandemią regularnie czy wręcz zawodowo uprawiały sport. Ten problem porusza mem ukazujący piłkarza z widoczną nadwagą, zatytułowany „Pierwszy mecz po kwarantannie”. Na innym memie mężczyzna z otyłością brzusznią zwraca się do przyglądającego się mu mężczyzny z pytaniem: „Gapisz mi się na bebecz?”. Jest to pytanie retoryczne, mające na celu zwrócenie uwagi, że przyglądanie się drugiej osobie, a zwłaszcza skupianie wzroku na mankamentach w jej wyglądzie jest sprzeczne z zasadami grzeczności. Zadane pytanie, w którym pojawiają się potoczny *gapić się* ‘przyglądać się bezmyślnie’ i *bebecz* ‘brzuch’²⁷, a także użycie formy 2 os. czasownika *gapić się* nadaje pytaniu charakteru potoczności.

²⁷ Za: sjp.pwn.pl (1.09.2020).

Inny mem pozwala spojrzeć na pandemię z dystansem: na zdjęciu ukazana jest popularna od lat piosenkarka Maryla Rodowicz w trakcie koncertu. Tekst brzmi: „Kiedy cały świat panikuje przed koronawirusem, a ty pamiętasz jak koncertowałaś przy czarnej śmierci i balowałaś w trakcie hiszpanki”. Mem ten ma być aluzją do wieku piosenkarki, która nadal koncertuje i regularnie pojawia się na różnego rodzaju imprezach, chociaż według autorów mema ma przynajmniej trzysta lat (ostatnia znacząca epidemia dżumy w Europie miała miejsce w I poł. XVIII wieku, choć nadal wykrywane są przypadki tej choroby np. w USA czy na Madagaskarze), co jest oczywistą przesadą. Może być to jednocześnie apel do całego społeczeństwa, by podejść do kwestii pandemii z dystansem i humorem, jako do zjawisk pojawiających się cyklicznie w historii ludzkości.

Działania polityków i służb w walce w koronawirusem

Osobną kategorią stanowią memy komentujące działania polityków i służb. Epidemia wymusiła wprowadzenie daleko idących obostrzeń, noszenie maseczek, zakaz gromadzeń czy zamknięcie salonów urody. Jednocześnie w mediach pojawiały się doniesienia o nieprzestrzeganiu zaleceń przez polityków, co znalazło odzwierciedlenie w memach, np. tym, na którym zdjęcie polityków w czasie obchodów rocznicy katastrofy smoleńskiej opatrzone jest pytaniem „Jarek, a gdzie maseczka?”. W kwietniu 2020 roku obowiązywał bowiem nakaz noszenia maseczki w miejscach publicznych, także na świeżym powietrzu. To samo zdjęcie zostało wykorzystane w innym memie z podpisem „Koronawirus złego nie bierze”, co jednoznacznie identyfikuje poglądy polityczne jego twórcy.

Element polityczny pojawia się w memie dotyczącym zakupów: otóż jeden z memów ukazuje prezesa PiS Jarosława Kaczyńskiego, który komentuje wprowadzone restrykcje w następujący sposób: „Bez zakupów da się przeżyć. Ja na ostatnich byłem 9 lat temu”. Jest to nawiązanie do relacjonowanych w marcu 2011 roku przez media zakupów w dyskoncie Biedronka, które Jarosław Kaczyński podsumował, mówiąc, że jest to sklep dla biednych i oskarżając ówczesnego premiera Donalda Tuska o wysokie ceny podstawowych produktów. Nośnikiem dowcipu jest ponownie znajomość realiów politycznych i odczytanie ich w nowym kontekście.

Podważanie sensu niektórych obostrzeń ilustruje mem oparty na kadrze z filmu *Alternatywy 4* opatrzonym następującym komentarzem: „Co jak co proszę pana, ale na pomysł, że mąż i żona powinni spacerować w odległości 2 metrów od siebie, podczas, gdy z reguły śpią razem, mógł wpaść tylko stary kawaler”. W komentarzu pojawia się krytyka nakazu zachowania odległości dwóch metrów, także od członków rodziny (z wyjątkiem dzieci czy osób niepełnosprawnych) i aluzja do kawalerskiego

stanu prezesa PiS. W memach tych autorzy łamią zasady grzeczności językowej, jednoznacznie oceniając polityków partii rządzącej jako „złych”, a także zwracając się po imieniu i to w formie zdrobniającej, zarezerwowanej dla kontaktów koleżeńskich, do Jarosława Kaczyńskiego.

Działalność służb, karzących zwykłych obywateli przy jednoczesnej pobłażliwości dla polityków krytykuje mem, na którym kadr z filmu z Sandrą Bullock z zasłoniętymi oczami podpisany jest „polska policja na miesięcznicy smoleńskiej”, a inny kadr z tą samą aktorką celującą z pistoletu podpisany jest „polska policja kiedy idziesz po pączka do Biedry”. Mem ten nawiązuje do akcji policji sprawdzającej celowość wyjścia z domu w czasie, gdy uprawniały do niego tylko „ważne potrzeby życia codziennego”. W mediach toczyły się wówczas dyskusje dotyczące definicji „ważnych potrzeb” i zasad działania policji w tym zakresie, w szczególności pobłażliwego traktowania polityków. Ciekawe jest wykorzystanie formy drugiej osoby liczby pojedynczej *idziesz*, podkreślającej poufałość autora mema z jego odbiorcą, bądź powszechność przedstawianej sytuacji oraz neologizmu *Biedra*, będącego skrótem od nazwy dyskontu *Biedronka*. Do odczytania memu konieczna jest ponownie znajomość sytuacji polityczno-społecznej, a także historii (katastrofa smoleńska) i kultury popularnej (filmy z Sandrą Bullock w roli policjantki).

W tematykę funkcjonowania służb wpisuje się kolejny mem, w którym na kolorowym tle pojawia się apel następującej treści: „Lekarzy orzeczników ZUS wysłać na pierwszą linię walki z koronawirusem. To cudotwórcy!”. Tekst ten jest aluzją do pracy orzeczników Zakładu Ubezpieczeń Społecznych nadających status osoby niepełnosprawnej i idące wraz z nim określone uprawnienia. Etykieta cudotwórcy odnosi się do sytuacji, w których błędnie odmówiono nadania statusu niepełnosprawnego, uznając danego pacjenta za zdrowego. W dobie pandemii taka „magiczna moc” mogłaby pomóc w walce z wirusem, gdyż orzecznicy mogliby stwierdzić, że wirusa po prostu nie ma, a zakażeni są zdrowi. Ponownie podstawą dowcipu jest odwołanie do realiów polityczno-społecznych.

Podsumowanie

Prezentowane memy odnoszą się do bieżących wydarzeń: epidemii i walki z nią. Sytuacja zagrożenia uwypukla rozmaite zjawiska społeczne, stereotypowe przyzwyczajenia i zachowania, co znalazło odzwierciedlenie w badanych memach. W materiale można zauważyć stereotypowe cechy Polaków, takie jak: tendencja do robienia nadmiernych zakupów, spryt, zazdrość, nieufność wobec władzy i brak posłuszeństwa wobec prawa, czy wreszcie problemy z zachowaniem higieny osobistej. Znajomość tych stereotypów, a także realiów polityczno-społecznych jest warunkiem do prawidłowego odczytania

memów i zawartego w nich humoru. Wśród środków warunkujących humor można wyróżnić wykorzystanie słownictwa potocznego (język młodzieży, wulgaryzmy), nawiązanie do określonej sytuacji poprzez spójnik *kiedy/gdy* wprowadzający okoliczności i skutki działań, intertekstualne odniesienia do znanych postaci i dzieł, ale przede wszystkim odniesienia do bieżącej sytuacji społeczno-politycznej, w tym do wprowadzanych nakazów czy zaleceń związanych z walką z COVID-19. Tym samym memy stają się rebusem, zagadką, której rozwiązanie daje satysfakcję i pozwala cieszyć się efektem zamierzonym przez jego twórcę. Zbliża to memy do tzw. *Easter eggs*, ukrytych treści tropionych przez użytkowników gier, którzy stają się współtwórcami kultury popularnej podobnie jak odbiorcy i autorzy memów. W warstwie językowej można także wyróżnić zmianę znaczenia słów czy dosłowne rozumienie wyrażen frazeologicznych, a także dowcip oparty na zestawieniu elementów i porównaniach. Z elementów ujętych przez Buttler w badanych przykładach nie odnaleziono dowcipu bazującego na rymie, nie ma też neologizmów. Wspólnym mianownikiem badanych memów jest komizm sytuacyjny odnoszący się do kontekstu pandemii, któremu towarzyszy komizm postaci i komizm słowa.

Bibliografia

- Brylska K., Gackowski T., *Krytyka polityczna w memach internetowych – od dekonstrukcji po rekonfigurację*, [w:] *Memy, czyli życie społeczne w czasach kultury obrazu*, red. T. Gackowski, K. Brylska, M. Patera, Wyd. UW, Warszawa 2017, s. 25-49.
- Brzozowska D., *O dowcipach polskich i angielskich. Aspekty językowo-kulturowe*, Wyd. Uniwersytetu Opolskiego, Opole 2000.
- Buttler D., *Polski dowcip językowy*, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 2001.
- Dawkins R., *Samolubny gen*, Prószyński i s-ka, Warszawa 2012.
- Grabowski D., *Sigmunda Freuda teoria dowcipu, humoru i komiki*, Universitas, Kraków 2019.
- Huizinga J., *Homo ludens*, Czytelnik, Warszawa 1998.
- Hurley M.M., Dennett D.C., Adams Jr. R.B., *Filozofia dowcipu. Humor jako siła napędowa umysłu*, Copernicus Center Press, Kraków 2017.
- Karczewska M., *A Picture of the Coronavirus Pandemic in Selected Polish Memes*, „Studijos – verslas – visuomenė: dabartis ir ateities išvalgos: Studies – Business – Society: Present and Future Insights. Conference Proceedings” 2020, t. 5, s. 59-66.
- Kawka M., Dyskurs multimodalny – nowa kategoria badawcza?, „Zeszyty Prasoznawcze” 2016, t. 59, 2 (226), s. 294-303.
- Niekrewicz A.A., *Od schematyzmu do kreatywności: język memów internetowych*, Wyd. Akademii im. Jakuba z Paradyża, Gorzów Wielkopolski 2015.
- Ozóg K., *Kilka uwag o intertekstualności w dobie ponowoczesnej*, [w:] *Intertekstualność we współczesnej komunikacji językowej*, red. J. Mazur, A. Małycka, K. Sobstyl, Wyd. UMCS, Lublin 2010, s. 60-66.
- Podracki J., Skarżyńska M., *Intertekstualność w repozycjach telewizyjnym (TVP2)*, [w:] *Intertekstualność we współczesnej komunikacji językowej*, red. J. Mazur, A. Małycka, K. Sobstyl, Wyd. UMCS, Lublin 2010, s. 70-82.

- Szeffińska-Baran M., *L'humour dans la communication- la communication de l'humour*, Wyd. Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2012.
- Wierzbicka A., *Cross-Cultural Pragmatics. The Semantics of Human Interaction*, 2. ed., Mouton de Gruyter, Berlin-New York 2003.
- Zaremba M., *Memy internetowe (2010-2011)*, „Media i Społeczeństwo” 2012, 2, s. 60-73.
- Żygulski K., *Wspólnota śmiechu. Studium socjologiczne komizmu*, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa 1985.

Netografia

- <https://dziennikpolski24.pl/memy-o-koronawirusie-i-kwarantannie-obnazaja-prawdziwe-uczucia-ale-ucz-za-tez-profilaktyki-przed-covid19/ga/c15-14753252>, autor: TK, 12.05.2020, (27.08.2020).
- <https://sjp.pwn.pl/msr/szukaj/promka> (30.12.2020).
- <https://www.gazetaprawna.pl/encyklopedia/prawo,hasla,335061,papiery-wartosciowe.html> (8.09.2020).
- sjp.pwn.pl (1.09.2020).

HUMOR W MEMACH INTERNETOWYCH ZWIĄZANYCH Z PANDEMIA KORONAWIRUSA: ANALIZA WYBRANYCH PRZYKŁADÓW

Streszczenie

W 2020 roku pandemia koronawirusa zdominowała światowe życie, przynosząc strach i śmierć. Oprócz kryzysu zdrowotnego, pojawiło się znaczące zamieszanie gospodarcze i społeczne na skutek ograniczeń wprowadzonych na skalę światową w celu zapobiegania rozprzestrzeniania się wirusa. Jednym ze sposobów radzenia sobie z tą stresującą sytuacją jest humor dający ulgę i oferujący okazję przyjrzenia się rzeczywistości z dystansu. Z tego powodu powstało wiele internetowych memów ilustrujących pandemiczną rzeczywistość w humorystyczny sposób. Wykorzystany jest w nich komizm sytuacyjny, postaci i językowy. Celem niniejszego badania jest analiza polskich memów internetowych związanych z koronawirusem w celu sprawdzenia, jakie środki są wykorzystane, aby uczynić badane memy śmiesznymi.

Słowa kluczowe: humor, koronawirus, memy internetowe, pandemia, społeczność

HUMOUR IN INTERNET MEMES RELATED TO THE CORONAVIRUS PANDEMIC: AN ANALYSIS OF SELECTED EXAMPLES

Summary

In 2020 the coronavirus pandemic dominated global life bringing fear and death. Apart from the health crisis, a significant economic and social turmoil appeared following restrictions implemented worldwide to prevent the spread of the virus. One of the ways to cope with this stressful situation is humour giving relief and offering a chance to see reality from a distance. Therefore, numerous internet memes were created to depict everyday life in the pandemic reality in a humorous way. These memes use comism related to the situation, characters and language. The aim of the present study is to analyse Polish internet memes related to the coronavirus in order to find out what means are used to render the memes studied humorous.

Keywords: humour, coronavirus, internet memes, pandemic, community