

Beata Kurządkowska, Marek Maruszczak
Uniwersytet Warmińsko-Mazurski

Mem – współczesna plotka internetowa

Memy internetowe są niezwykle popularne. Niektóre z nich mogą pełnić funkcje uznawane za społecznie pożyteczne, inne zawierają informacje, które można uznać za nieprawdziwe, a nawet szkodliwe. Obserwacja mechanizmów funkcjonowania memów, zjawiska stosunkowo nowego, pozwoliła na zauważenie, że niektóre z nich są powszechnie znane i stosowane w codziennym życiu już od bardzo dawna. Mianowicie chodzi tu o mechanizmy funkcjonowania zjawiska plotki, definiowanej jako nieprawdziwa, przekazywana z ust do ust wiadomość. Pierwsze dostrzeżone analogie pomiędzy memami internetowymi a zjawiskiem plotki były na tyle trafne, że postanowiliśmy je ze sobą zestawić i sprawdzić, co je rzeczywiście łączy i co dzieli. Porównanie to jest jednak tylko zarysem wyłaniającego się problemu, zestawieniem głównych tez z pominięciem analizy poszczególnych przypadków, jak i historii zjawisk. Zwróciliśmy uwagę między innymi na takie elementy, jak definicje, w tym aspekt czynnościowy, przyczyny powstawania i/ lub tworzenia, strukturę, sposób rozprzestrzeniania się, trwałość, rozpoznawalność oraz społeczny stosunek do omawianych zjawisk.

Próby definicji

Podstawowa definicja plotki, zaczerpnięta ze *Słownika języka polskiego* pod redakcją Witolda Doroszewskiego brzmi następująco: „Plotka – niesprawdzona lub kłamliwa pogłoska, wiadomość

powtarzana z ust do ust, najczęściej szkodząca czyjejś opinii” [*Słownik języka polskiego* 1964: 474]. Szersze spektrum tego zjawiska ukazuje praca Klausa Thiele-Dohrmanna pt. *Psychologia plotki*, gdzie autor pisał, że

[P]rzez plotkę powszechnie rozumie się obgadywanie osób nieobecnych, niepotrzebne rozgłaszanie nowin z życia prywatnego innych ludzi, często złośliwe pomówienie, które może w konsekwencji doprowadzić do zniesławienia. Większość codziennych rozmów to plotkowanie, niekontrolowana gadanina, bezmyślne wysłuchiwanie i powtarzanie niepewnych informacji i subiektywnych opinii o innych ludziach [Thiele-Dohrmann 1980: 18].

Definicja ta jednak pod wyrażeniem „plotka” łączy dwa różne pojęcia: plotki jako komunikatu, czy wiadomości oraz czynności rozpowszechniania, przekazywania owej informacji w sposób wielokrotniony, czyli zjawiska plotkowania, które znaczy tyle co „plotkować – robić, rozpowszechniać plotki” [*Uniwersalny słownik języka polskiego* 2008: 490]. Należy zwrócić uwagę na to, czy możliwe jest „oderwanie” aspektu czynnościowego z definicji plotki. Człowiek, który wymyśla niesprawdzoną informację o osobie nieobecnej, jeszcze nie staje się twórcą plotki. Dopiero przekazanie wymyślonej informacji o osobie A innej osobie B, w sytuacji, kiedy A nie jest obecne, staje się plotką. Zatem plotka niejako wymaga artykulacji i rozpowszechniania i to w dodatku niejednokrotnego, ale wielokrotnego.

Memy internetowe również są swoistym komunikatem. Ich definicja nie wskazuje bezpośrednio na fakt, że poprzez nie przekazywane są nieprawdziwe informacje o osobach trzecich. Jest to tylko jedna z wielu, bardzo wielu możliwości komunikowanych treści. Tymi informacjami – memami – mogą być: „zdjęcia, filmy (najczęściej krótkie), teledyski, grafiki, teksty, cytaty, animacje oraz rozmaite ich połączenia (np. zdjęcie z podpisem)” [Juza 2013: 49]. Po raz pierwszy tego terminu użył w 1976 roku Richard Dawkins w swojej książce *Samolubny gen*. Dawkins potrzebował pojęcia, które

można zastosować do nazwania replikatorów kulturowych, czyli podstawowej jednostki ewolucji kulturowej, analogicznej do genu w ewolucji biologicznej. Wiktor Kołowiecki w artykule *Memy internetowe, jako nowy język Internetu*, zwraca uwagę, że mem internetowy jest pojęciem znacznie węższym niż termin mem stworzony przez Dawkinsa i rozumie go w następujący sposób:

Kluczowym pojęciem dla idei memu jest naśladownictwo. Memem internetowym możemy zatem nazwać zdigitalizowaną jednostkę informacji (tekst, obraz, film, dźwięk) rozpowszechnioną drogą internetową, która zostaje skopiowana, przetworzona i w tej przetworzonej formie opublikowana w Internecie. Materiał, który krąży po Internecie w formie niezmienionej, nazywamy natomiast wiralem [Kołowiecki].

Memy, które stanowią obiekt naszych rozważań, charakteryzowane są poprzez określenie internetowe. W takim przypadku mianem internetowych określibyśmy te, które swoje istnienie zawdzięczają Internetowi i za jego pośrednictwem są rozpowszechniane. Trudno jednak platformę publikacji traktować jako wykluczający czynnik w stosunku do memów funkcjonujących poza obszarem Internetu. Wiele popularnych memów, które swój status zawdzięczają sieci, funkcjonuje również poza nią. Tak jest szczególnie w przypadku krótkich memów tekstowych, które przeniknęły do codziennej mowy. Przykład memu YOLO¹, który funkcjonował pierwotnie jako popularny skrót i *hashtag* w Internecie, obecnie jest również używany poza nim. Pokazuje, że Internet nie jest jedyną platformą funkcjonowania memów internetowych. Jakie zatem szczególne cechy posiada mem internetowy? Najwłaściwsze wydaje się odniesienie tego określenia do pierwotnej platformy

¹ Skrót YOLO (You Only Live Once) – ‘żyjesz tylko raz’, jest używany, szczególnie przez amerykańską młodzież do opisów sytuacji, które wymagają podjęcia znacznego ryzyka. Można uznać go za odpowiednik polskiego powiedzenia „raz kozie śmierć”. Należy jednak zaznaczyć, że choć niezwykle popularny, to szybko zyskał sobie również negatywną sławę, jako synonim nieodpowiedzialnych i typowych dla pewnej grupy młodych ludzi działań.

publikacji memu i głównej przestrzeni jego wykorzystania. Drugi z warunków jest bardzo istotny, ponieważ memy, podobnie jak plotka, do pełnej realizacji wymagają rozpowszechnienia i przekazywania. Fakt rozprzestrzeniania się definiuje po części pojęcie memu, nie mogło więc go zabraknąć również w charakterystyce memu internetowego.

Przyczyny powstawania/źródła powstawania

Dlaczego ludzie plotkują? Przyczyn, jak się okazuje, jest bardzo wiele. Jednymi z powodów mogą być te zaproponowane przez Klause Thiele-Dohrmanna. Jako motywy powstawania plotki uznaje on: strach (niepewność), ciekawość i chęć zemsty.

Pierwszy motyw wiąże się ze skrywanym poczuciem lęku „przed ludźmi”, a dokładniej przed ewentualną oceną innych wobec własnej osoby. Zatem, zanim ktoś nas „zaatakuję”, najlepszym rozwiązaniem jest uprzedzenie jego ruchu. Jednak w obawie przed bezpośrednią konfrontacją najlepszą możliwością staje się atak na osobę nieobecną. Rozpoczęcie rozmowy przełamuje przysłowiowe pierwsze lody – „człowiek upewnia się przy tym, że rozmówca nie żywi względem niego złych zamiarów” [Thiele-Dohrmann 1980: 19], ale mechanizm plotki zostaje już bezpowrotnie uruchomiony.

Ciekawość jest również interesującym motywem plotki, który wynika z niewiedzy. Człowiek uzupełnia swoje luki w wiedzy poprzez fantazję. Ponadto to, co nieznanne, nie do końca pewne i potwierdzone, dodatkowo pobudza pracę wyobraźni.

Plotka, jako wynik zemsty, jest najbardziej spontaniczna, najmniej przemyślana, a jednak często bywa używana z premedytacją. Powstaje pod wpływem emocji i niesie ze sobą najgroźniejsze skutki.

Klaus Thiele-Dohrmann zauważa również, że plotkę „charakteryzuje przyjemność obnażania innych ludzi i strach przed odkryciem własnej osoby. Chciałoby się widzieć, samemu nie będąc widzianym” [Thiele-Dohrmann 1980: 24]. Plotka staje się więc sposobem na skrywanie swoich tajemnic poprzez obnażanie innych.

Inny zestaw motywów prezentuje Aleksandra Wagner. Badaczka zestawiała w formie tabeli możliwości działania nadawcy poprzez tekst według Heinemanna i Vichwegera, z funkcjami psychologicznymi generowania plotek podanymi przez Czesława Matusewicza. Wynika z niej, że poprzez tworzenie plotki nadawca może „wyrażać siebie, kontaktować się, informować, a także steroować innymi” [Wagner 2006: 46].

Marta Juza wśród motywacji tworzenia memów zwraca uwagę na trzy elementy: realizacja twórczej pasji, chęć rozbawienia odbiorców lub skomentowanie bieżących wydarzeń, a także chęć zdobycia uznania i rozgłosu. Zwraca jednak uwagę, że możliwość twórcza mogłaby rozwijać się i poza Internetem, ale z pewnością narzędzia internetowe ułatwiają ten proces. W pewien sposób podważa również motywację związaną z chęcią zdobycia uznania i rozgłosu, ponieważ „twórcy memów pozostają zazwyczaj anonimowi. Może to być jednak istotna motywacja, skłaniająca użytkowników do rozpowszechniania memów, gdyż pozytywna reakcja innych użytkowników na zabawny obrazek czy filmik, może skutkować pozytywnym nastawieniem wobec osoby rozsyłającej takie materiały” [Juza 2013: 53]. Pozostaje więc chęć stworzenia komentarza oraz funkcja rozrywkowa memów, które prawdopodobnie możemy uznać za najpopularniejsze przyczyny powstawania memów.

Środowisko twórców

Ile osób plotkuje? Klaus Thiele-Dohrmann uważa, że plotkują wszyscy, ale nie wszyscy zdają sobie sprawę z tego, co robią. „Plotka dla wszystkich jest czymś tak dalece oczywistym, że jedynie w wyjątkowych wypadkach człowiek zdaje sobie sprawę, że plotkuje, po co i kiedy to czyni” [Thiele-Dohrmann 1980: 14]. Oczywiście nie wszystkie plotki mają charakter złośliwy. Niektóre wymieniane pomiędzy ludźmi uwagi mają w sobie zaledwie załączki plotek i stanowią przejaw przyjaznego gestu w stosunku do drugiej osoby, np. wymiana uwag z kolegami w pracy. Thiele-Dohrmann obala również

jeszcze jeden mit, kobiety wcale nie plotkują więcej niż mężczyźni, ale według stereotypowego ujęcia, plotka uznawana jest za domenę kobiecą. Marta Juza, powołując się na badania J. Nielsena, zwraca uwagę, że w świecie Internetu proporcja jest odwrotna. 90% użytkowników biernie odbiera dostępne w Internecie informacje i nie dodaje nic od siebie; 9% sporadycznie wytwarza własne przekazy i umieszcza je w sieci; jedynie 1% najaktywniejszych tworzy oryginalne treści w sposób stały i przemyślany” [Juza 2013: 52]².

Struktura

Według Aleksandry Wagner plotka „polega na przypisywaniu słowom i sytuacjom fałszywych znaczeń oraz wyciąganiu z tego prawdopodobnych wniosków. Opiera się więc na intencjonalnym, bądź przypadkowym nieporozumieniu” [Wagner 2006: 44]. Zasadniczą jej strukturę stanowi komunikat językowy, który może funkcjonować w formie ustnej, jak i pisemnej. Komunikat nie jest jednorodny i podlega modyfikacjom, stąd jedną z cech plotki jest jej wariantywność, co w praktyce oznacza kolejne wersje, alternacje pierwotnego komunikatu. Owa wariantywność może przejawiać się między innymi w procesie adaptacji plotki do nowego środowiska kulturowego. Plotka musi być również z jakiegoś powodu ważna. Im bardziej nadawca odczuwa wagę informacji zawartej w plotce, tym bardziej jest skłonny podać ją dalej. Kolejnym elementem, który można wyróżnić w strukturze plotki, jest jej treść. Aleksandra Wagner wymienia tu dwa typy: „«plotki czarne», donoszące o agresji, wypadkach, oszustwach, skandalach, stanowiące około 90% plotek oraz «plotki różowe», czyli takie, które informują o optymistycznych doniesieniach” [Wagner 2006: 45]. Treść plotki powinna opierać się na jakiejś prawdziwej przesłance, na realnym

² Badania, na które powołuje się M. Juza, dotyczą różnej działalności w sieci Internet – nie tylko tworzenia memów internetowych, ale również blogów i grup dyskusyjnych. Stosunek procentowy poszczególnych grup użytkowników ma charakter umowny i zmienny.

punkcie zaczepienia, do którego dobudowano treść nieprawdziwą. Bardzo często jedynym realnym bodźcem jest istnienie danej osoby. Ostatnim elementem plotki jest powołanie się na wiarygodne źródło. Im bardziej wiarygodne źródło, z którego pochodzi dana informacja, tym skuteczność przekazu treści będzie lepsza.

Czym jest mem? To również komunikat, który może przybierać różną formę, nie tylko językową, chociaż ta nadal jest bardzo istotna. Memy internetowe najczęściej łączą w sobie obraz i słowo w dowolnej kombinacji i proporcji. W przypadku memu również może być mowa o wariantowości. Mem, tak jak wirus, mutuje, aby przystosować się do zmieniających się gustów odbiorców, platform dyfuzji itd. Kolejni odbiorcy memu często umieszczają w sieci swoje własne wersje, odpowiadające ich potrzebom, zmieniając jakiś element struktury memu.

Rozpowszechnianie

Plotka, jak już wspomnieliśmy, nie jest pojedynczą czynnością, lecz procesem komunikacyjnym wykonywanym wielokrotnie poprzez modyfikowany pierwotny komunikat. Jak zauważa Kamila Milkowska-Samul, „tradycyjnie plotka rozpowszechniała się z ust do ust, przekazywana była pocztą pantoflową: szeptem, niejako w ukryciu, w dających się opisać grupach społecznych” [Milkowska-Samul 2011: 52], a proces ten można porównać do znanej zabawy „w głuchy telefon”. Plotki rozpowszechniane w skali mikro dotyczą bliższych lub dalszych znajomych, osób prywatnych, nieznanych publicznie. Współcześnie również mogą realizować się poprzez czaty, blogi, e-maile, sms. Innym typem plotki jest plotka medialna, czyli dostępna na dużą, a nawet masową skalę, mająca charakter profesjonalizowany. Rozpowszechnianie tego typu plotki odbywa się za pomocą mediów: prasy, radia, telewizji, a przede wszystkim Internetu, między innymi za pomocą wyspecjalizowanych serwisów plotkarskich (pudelek.pl, kozaczek.pl, plotek.pl). Działanie jest tu jednak nieco inne. Jeden nadawca przekazuje treść

plotki jednocześnie bardzo wielu odbiorcom. Np. artykuł prasowy, w którym pojawiła się informacja niesprawdzona – plotka. Odbiorca tej plotki – czytelnik – może ją przekazać w formie tego samego artykułu, który przeczytał, lub własnymi słowami itd. W obu omówionych przypadkach osoba jest biernym odbiorcą plotki i aktywnie ją rozpowszechnia. O ile sama celowo nie próbowała dotrzeć do artykułu o charakterze plotki.

Platformą służącą do rozpowszechniania memów internetowych jest Internet. Jest to specyficzne medium, które łączy w sobie pewne właściwości komunikacji zindywidualizowanej i komunikowania masowego. Użytkownicy mogą przekazywać komunikaty wybranej osobie, grupie osób, a nawet masowemu odbiorcy. Nawiązując do opisanego mechanizmu głuchego telefonu, który znajduje zastosowanie podczas prób definiowania procesu rozprzestrzeniania się plotki, warto wspomnieć o jednej z metod mogących znaleźć zastosowanie w procesie badania skuteczności memu Internetowego. Analiza przekazu ustnego porcji informacji, którą dla potrzeb eksperymentu nazwiemy memem, może pozwolić na określenie najważniejszych z punktu widzenia trwałości memu elementów. Porównanie tekstu pierwotnego z jego kolejnymi mutacjami umożliwia zidentyfikowanie najbardziej trwałych elementów, które pozwalają najskuteczniej realizować funkcję informacyjną memu, poprzez wykorzystanie preferencji jego odbiorców. Specyfika Internetu, jako platformy umożliwiającej w znacznej mierze na bezstratne przekazywanie treści tekstowych oraz wizualnych, sprawia, że analogia do głuchego telefonu nie oddaje jednak idealnie procesu rozprzestrzeniania memu internetowego. W przypadku przekazu ustnego istnieje znacznie większe ryzyko wystąpienia zakłóceń wynikających z niedoskonałości ludzkiej pamięci, tymczasem mutacje memów internetowych są zwykle twórcami intencjonalnymi, które służą zaspokojeniu określonych potrzeb ich twórców. Może być to chęć przekazania określonej informacji i wykorzystanie w tym celu potencjału popularnej formy memowej lub dostosowanie memu do gustu nadawcy i potencjalnej grupy odbiorców.

Przeobrażenia

Zarówno plotka, jak i mem mogą ulegać przeobrażeniom. Wymieniona w ich strukturze wariantywność wskazywała właśnie na taką możliwość. Każda z osób, stanowiąca ogniwo w procesie rozpowszechniania pierwotnego komunikatu o charakterze plotki, mogła coś w danym przekazie zmienić, coś z niego usunąć albo dodać od siebie coś nowego w dowolny sposób. Wprowadzenie, czy to komunikatu tradycyjnej plotki, czy też memu internetowego w obieg przez jednego twórcę, okazuje się uprawieniem swobodnego *perpetuum mobile* w ruch. Pierwotny komunikat ewoluuje, przeobraża się, mutuje, łączy itd. Trudno przewidzieć, jaki efekt końcowy osiągnie. Chociaż pojawia się pytanie, czy w ogóle można mówić o końcu, czy to istnienia plotki, czy memu internetowego. Bo chociaż nie jest już rozpowszechniana, to została zakorzeniona w strukturze umysłu czy utrwalona w Internecie. Jednym z możliwych kryteriów orzekania o pewnej formie końca cyklu życia plotki lub memu jest ustalenie wartości granicznej, której przekroczenie na wykresie popularności w sieci będzie oznaczać umowny koniec danej treści. Pojawiają się również próby sterowania sposobem obiegu plotki, jak i memu, co chętnie jest wykorzystywane do różnych celów marketingowych itp. Jedną z najważniejszych zasad dotyczących stosowania memów internetowych w celach marketingowych jest uświadomienie sobie ryzyka wynikającego z utraty kontroli nad przekazem, który został opublikowany w Internecie i zaczął pełnić funkcję memu.

Trwałość i popularność

Zarówno plotki, jak i memy są zjawiskami nietrwałymi, które jednak w momencie swojego apogeum mogą być niezwykle popularne. Otto Katz w artykule *Kultura memu* zwraca uwagę, że Internet jest bardzo dynamiczny i wszystko potrafi się w nim zmieniać jak w kalejdoskopie. „Jeden obrazek, filmik, czy hasło

niemal z dnia na dzień, może stać się *passé*. Tymczasem coś zupełnie innego, mimo że w odmętach sieci tkwiło już od lat, może nagle urosnąć do miana megahitu. Stać się chwilowym królem memów. Błyszczeć na Facebooku, Twitterze, YouTube, w wiadomościach mailowych, na Demotywatorach, a poza ekranem monitora także na koszulkach, imprezach” [Katz]. Bycie na bieżąco z najnowszymi plotkami czy najnowszymi memowymi krzykami mody, dla niektórych stanowi istotę budowania własnej tożsamość oraz staje się możliwością do bycia na topie wśród znajomych. Popularność niektórych plotek i motywów na masową skalę również buduje specyficzną tożsamość pokoleniową. Dla pokolenia 25-latków może to być znajomość plotek związanych z życiem księcia Williama i jego żony Kate, a osoby od nas starsze żyły plotkami związanymi z księżną Dianą. Internetowym przykładem memu, który odszedł do lamusa, jest komentarz „żal.pl”, który swojego czasu był bardzo popularny.

Spółeczny stosunek do plotki i memów

Kultura chrześcijańska wypracowała stanowczo negatywny obraz plotki. Pierwsze wzmianki, krytycznie oceniające zjawisko plotki, znajdujemy już w wielu miejscach Starego Testamentu, między innymi Księdze Hioba, Psalmach i Księdze Przysłów. Problem podejmuje również Nowy Testament, gdzie św. Jakub głosił, iż

[J]ęzyk jest wśród wszystkich naszych członków tym, co bezceści całe ciało i sam trawiony ogniem piekielnym rozpala krąg życia. Wszystkie bowiem gatunki zwierząt i ptaków, gadów i stworzeń morskich można ujarzmić i rzeczywiście ujarzmiła je natura ludzka. Języka natomiast nikt z ludzi nie potrafi okiełznać, to zło niestateczne, pełne zabójczego jadu. [...] Z tych samych ust wychodzi błogosławieństwo i przekleństwo [Św. Jakub: 3, 2–11].

Ponadto plotka wymieniana jest w dziesięciu przykazaniach bożych jako coś, czego nie należy czynić: „Nie mów fałszywego świadectwa przeciw bliźniemu swemu”.

Odchodząc jednak od dywagacji religijnych, to osoby niewie-rzące, równie często odczuwają plotkę jako zjawisko negatywne. Wynika to ze świadomości, że

osoba oplotkowana nie może się bronić, niczego nie może sprostować, nikogo pociągnąć do odpowiedzialności, ponieważ z reguły nie wie, kto o niej rozprowadza informacje. Potajemne przekazywanie niesprawdzonych informacji, działających na niekorzyść kogoś trzeciego, ponieważ wprawia plotkarzy w złe samopoczucie. Plotkarstwo koliduje z poczuciem uczciwości i szczerości. A mimo to wszyscy plotkują i każdy ma z tego swe małe radości [Thiele-Dohrmann 1980: 20].

Oficjalny brak społecznej aprobaty dla plotki sprawił, że plotka kojarzy się z czymś przekazywanym w największej tajemnicy, szep-tanym, tak aby nikt inny nie usłyszał.

Status memów internetowych nie jest tak łatwy do określe-nia, jak w przypadku plotki. Podstawową trudnością jest ich sto-sunkowo krótki czas istnienia. Również stosunek społeczeństwa wobec memów jeszcze się nie ukształtował w pełni. Z pewnością jednak memy nie są tak negatywnie postrzegane jak plotka, przede wszystkim dlatego, że w ich definicji nie znajduje się element informujący o ich, w najlepszym przypadku, niepewnym statusie treści informacji lub o jej całkowitej nieprawdziwości. Jawne wy-korzystywanie memów internetowych wydaje się również spotykać ze znacznie szerszą społeczną akceptacją, czego dowodem może być popularność publikowania memów w mediach społeczno-sciowych, co najczęściej nie jest czynnością anonimową ani skierowaną do wąskiego grona odbiorców. Warto jednak zastanowić się, jak przedłużający się czas funkcjonowania memów interneto-wych w komunikacji międzyludzkiej wpłynie na ich odbiór. Nie bez znaczenia jest również coraz większa rola, jaką w ludzkim życiu

odgrywają Internet oraz memy. Ciekawym przykładem działania memów oraz plotki jest fenomen fałszywej kampanii reklamowej firmy Shell³. Przeciwnicy prowadzenia odwiertów na terenie bieguna północnego sfingowali kampanię społecznościową, która miała udawać nieudolne działania marketingowe naftowego giganta. Kampania szybko zaczęła być kojarzona nie tylko z potencjalnie negatywnymi efektami prac wydobywczych, ale również z marketingową nieudolnością i bezsilnością firmy Shell. Okazało się, że działania były zaplanowaną na taki efekt akcją organizacji obrońców przyrody, którzy za sprawą popularności tworzonych memów oraz plotki o ich rzekomym pochodzeniu, osiągnęli zamierzony cel, ośmieszając firmę wydobywczą. Badania społecznego odbioru memów internetowych mogą stanowić interesujące rozwiniecie niniejszej pracy.

Wnioski

Podsumowując, należy zwrócić uwagę na fakt, że memy i plotkę łączy wiele cech wspólnych: począwszy od takich jak wariantowość, czy konieczność rozprzestrzeniania memu czy plotki, jako konstytutywne ich cechy, po trwałość i popularność. Różne są stopnie nasycenia treściami nieprawdziwymi, jak i odmienne platformy rozprzestrzeniania. Wydaje się jednak, że mem internetowy funkcjonuje w oparciu o mechanizmy znane z funkcjonowania plotki. W związku z tym można zaryzykować stwierdzeniem, że mem internetowy jest w pewnym stopniu współczesną wersją plotki, nowym jej obliczem, chociaż w większości przypadków pozbawionym już obligatoryjnie nieprawdziwej treści. Zestawienie właściwości plotki i memu internetowego pokazało, że niektóre mechanizmy funkcjonowania w obu zjawiskach są tożsame.

³ Informacje dotyczące zastosowania memu w fałszywej kampanii reklamowej firmy Shell dostępne są na stronie: <http://www.forbes.com/sites/kashmirhill/2012/07/18/shell-oils-social-media-nightmare-continues-thanks-to-skilled-pranksters/>.

Analogia ta może być podstawą do stosowania przy badaniu memów internetowych tych samych bądź podobnych metod, których używa się przy badaniu plotki.

Bibliografia

- Bartkowiak R. [2013], *Plotka*, Wydawnictwo Euanart, Pruszków.
- Hayes K. [2004], *Plotka*, przekł. J. Nałęcz, Amber, Warszawa.
- Olden M. [1997], *Plotka*, przekł. K. Chechlińska, Amber, Warszawa.
- Plotka* [1994], K. Uniłowski, C. K. Kędera (red.), Górnośląska Macierz Kultury, Katowice.
- Błachowicz E. [2010], *Plotka w świetle teorii aktów mowy i zasad etyki komunikacji międzyludzkiej*, Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego, Rzeszów.
- Downes S. [1999], *Hacking Memes*, First Monday, Vol. 4, no 10 (4).
- Juza M. [2013], *Memy internetowe – tworzenie, rozpowszechnianie, znaczenie społeczne*, „Studia Medioznawcze”, nr 4.
- Katz O., *Kultura memu*, http://www.mojeopinie.pl/kultura_memu,3,1323728828
- Kołowicki W., *Memy internetowe jako nowy język Internetu*, <http://www.kulturaihistoria.umcs.lublin.pl/archives/3637>
- Miłkowska-Samul K. [2010], *Nowe oblicze plotki – plotka w Internecie*, „Acta Philologica”, nr 38.
- Moroz M. [2010], *Memy internetowe i ich muzulmańskie warianty*, https://www.academia.edu/1751126/Memy_internetowe_i_ich_muzulmanskie_warianty_Internet_memes_and_their_muslim_variations_
- Nowy Testament [1987], M. Wolniewicz (red.), [zespół tł. NT Roman Andrzejewski i in.], Księgarnia św. Wojciecha, Poznań.
- Plotka i kłamstwo w języku i w kulturze* [2010], M. Baran-Łaszkiwicz, S. Niebrzegowska-Bartmińska, S. Wasiuta (red.), Lublin.
- Słownik języka polskiego* [1964], W. Doroszewski (red.), Państwowe Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Thiele-Dohrmann K. [1980], *Psychologia plotki*, przekł. i wstęp A. Krzemiński, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa.
- Uniwersalny słownik języka polskiego* [2008], S. Dubisz (red.), oprac. haseł A. Grzegółka-Maciejewska, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Wagner A. [2006], *Plotka jako narzędzie kształtowania rzeczywistości społecznej. Afera Rywina w dyskursie prasowym*, „Studia Socjologiczne”, nr 4.
- Zaremba M. [2012], *Memy internetowe (2010–2011)*, „Media i Społeczeństwo”, nr 2.