

Bartosz Lutostański

ORCID: 0000-0001-6345-3275

Instytut Anglistyki

Uniwersytet Warszawski

Make Memes Harder, czyli o kuratorstwie memów w mediach społecznościowych

Słowa kluczowe: mem, Instagram, komunikacja, dyskurs, kuratorstwo, interaktywność

Keywords: meme, Instagram, communication, discourse, curation, interactivity

Wprowadzenie i opis głównych celów badawczych

Memy stanowią obecnie jeden z podstawowych sposobów komunikacji w internecie. W literaturze przedmiotu dominują prace poświęcone memom koncentrujące się na funkcjach autokreacji, tworzeniu grup społecznych, nawiązywaniu do protestu społecznego lub rozrywki (Wójcicka, 2019; Denisova, 2019; Mielczarek, 2018; Kamińska, 2017). W wyniku praktyk kuratorskich na platformach networkingowych memy cyfrowe nabywają cech, które wychodzą poza ramy teoretyczne proponowane dotychczas (Shifman, 2014), np. podlegają ścisłej kontroli pod względem (re)dystrybucji i konsekwentnemu ograniczaniu pól denotacyjnych i konotacyjnych.

Kuratorstwo definiuje się jako „selektywny dobór materiałów do wyświetlenia” (Davis, 2017, s. 117) i przedstawia najczęściej w kontekście strategii budowania wizerunku (Márquez, Lanzeni i Masanet, 2023), praktyk wspólnototwórczych (He, Gordon, Popowski i Bernstein, 2023) i algorytmiczności platform internetowych (Berman i Katona, 2020). W mediach społecznościowych pojęcie to funkcjonuje jako złożona praktyka kulturowa, która łączy w sobie elementy nie tylko doboru i publikacji, ale również kontekstualizacji i interpretacji treści cyfrowych. Ponadto kuratorstwo charakteryzuje się silnym osadzeniem w dominującej modalności i algorytmicznej architekturze określonej platformy, w specyfice profilu oraz dynamice relacji między uczestnikami komunikacji. Z tego względu rozumienie praktyk kuratorskich jako oczywistego i naturalnego komponentu mediów społecznościowych, które z definicji przekazują treści wyselekcjonowane przez nadawców, jest zbyt wąskie. Realizują się one bowiem w funkcji *gatekeepingu*, moderacji i interpretacji dyskursu społecznego, a ich określone parametry, kryteria czy motywacje wymagają pogłębionej refleksji. Jest to szczególnie istotne

w sytuacji, gdy mowa o nadawcy prezentującym konkretną postawę światopoglądową i cieszącym się kilkumilionową publicznością.

W celu opisanego pojęcia kuratorstwa i jego wpływu na konceptualizację memów posłużono się ilościową i jakościową analizą treści zamieszczonych w pierwszym kwartale 2023 roku na jednym z najpopularniejszych w Polsce profili na Instagramie: Make Life Harder (MLH) w formie tzw. Relacji. Poruszono również kwestię innych głównych aktorów komunikacji poza platformą, profilem i jego prowadzącymi, czyli odbiorcami. Rezultaty badań wskazują, że kuratorstwo „śmiesznych obrazków z internetu” polega przede wszystkim na: 1) zapożyczaniu twórczości innych użytkowników przy jednoczesnym sygnalizowaniu autorstwa, 2) bliskich powiązaniach tematycznych oraz ograniczonym znaczeniu, 3) generowaniu pewnej formy wspólnotowości poprzez publikację memów odpowiadających charakterowi światopoglądowemu i estetycznemu profilu, 4) wykorzystaniu dostępnych funkcjonalności interaktywnej platformy. Chcąc nakreślić bardziej ogólny kontekst teoretyczny spostrzeżeń, posłużono się pojęciami pośrednictwa kulturowego i władzy symbolicznej Pierre’a Bourdieu, meta-kapitału Nicka Couldry’ego, wspólnoty interpretacyjnej Stanleya Fisha i dyskursywności komunikatów memicznych Bradleya E. Wigginsa.

Przedstawiając historię Make Life Harder, wzięto pod uwagę ewolucję głównych strategii komunikacyjnych jego twórców i sposób wykorzystania dostępnych usług networkingowych, zmiany personalne wśród prowadzących profil oraz ich zmieniający się status (od blogerów do kuratorów-influencerów). Opisano najważniejsze cechy Instagrama, zwracając szczególną uwagę na mechanizm Relacji. Autor uważa, że funkcjonalność ta fundamentalnie przeformułowała sposób użycia całej platformy (przede wszystkim pod względem interaktywności działania i formatu interfejsu).

W artykule opisano praktyki kuratorstwa memów na przykładzie profilu MLH oraz zilustrowano jego kluczowe cechy na podstawie wyników badań ilościowych i jakościowych, w tym roli kuratorstwa jako taktyki służącej do konstruowania wspólnoty charakteryzującej się konkretną perspektywą ideologiczną. Przedstawiono także zmiany w funkcjonowaniu i rozumieniu memów cyfrowych.

Make Life Harder

Make Life Harder to „blog osobisty” założony w sierpniu 2011 roku przez dwóch gdańskich studentów: Jacobe Mansztajna¹ i Rafała Żabińskiego (rys. 1)². Facebook, wprowadzony w Polsce w maju 2008 roku, stanowił dla nich idealną platformę do tworzenia i udostępniania zabawnych i sarkastycznych postów. W zamierzeniu miał to być pastisz popularnego bloga lifestyle’owego Make Life Easier prowadzonego przez Katarzynę Tusk, który charakteryzuje się wyszuka-

¹ Więcej informacji na temat Mansztajna, np. o jego karierze poetyckiej, można przeczytać w Wikipedii: https://pl.wikipedia.org/wiki/Jakobe_Mansztajn

² Jeżeli nie zaznaczono inaczej, elementy graficzne pochodzą z profilu MLH.

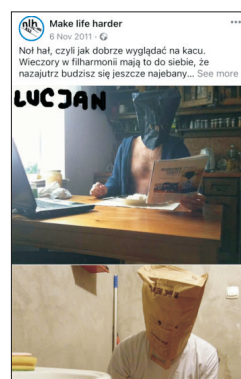
nymi, estetycznymi i profesjonalnie dopracowanymi treściami, prezentującymi niebanalne, designerskie ubrania i piękne, przytulne wnętrza. Profil Mansztajna i Żabińskiego (używających wówczas pseudonimów Lucjan i Maciej, niepokazujących swoich twarzy) stanowił od początku antytezę bloga Tusk. Amatorskie posty (rys. 2–3) sardonicznie celebrowały życie ludzi bez środków finansowych (rys. 4) i przedstawiały osobiste i często absurdałne zmagania członków prekariatu z codziennymi problemami, np. picie zbyt dużej ilości alkoholu w weekend, spóźnienie się na autobus do pracy (rys. 5) czy potrzebę emocjonalnego odreagowania po blamażu reprezentacji Polski w piłce nożnej.



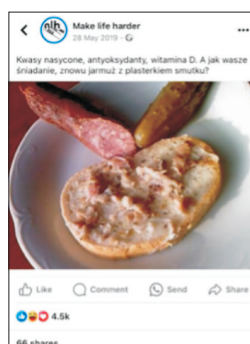
Rys. 1. Żabiński i Mansztajn (od lewej)



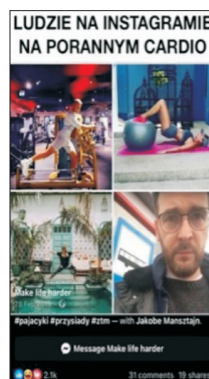
Rys. 2. Zdjęcie na górze po prawej stronie pochodzi z bloga Kasi Tusk



Rys. 3. Amatorska estetyka MLH



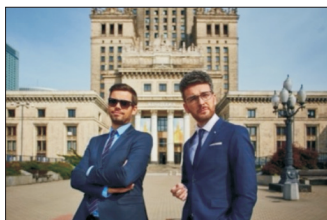
Rys. 4. Amatorska estetyka MLH



Rys. 5. Amatorska estetyka MLH

W 2015 roku duet założył konto na Instagramie i obecnie ich profil na Facebooku jest *de facto* nieaktywny (ostatni post pochodzi z 2021 roku). Ukazują się wyłącznie Relacje, które funkcjonują dzięki temu, że obie platformy należą do tej samej korporacji i są organicznie powiązane. MLH może pochwalić się półtoramilionową publicznością na Instagramie – bardziej popularne w Polsce są jedynie profile sportowców, celebrytów, youtuberów i korporacji (np. Reserved). Jeśli przyjmiemy za portalem Empemedia.pl, że w Polsce z Instagrama korzysta aktywnie 10,1 mln osób, to aż 15% z nich śledzi posty MLH³.

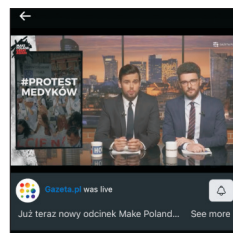
MLH weszło do głównego nurtu branży rozrywkowej (rys. 6) po publikacji dwóch książek wydanych nakładem liczącego się na rynku wydawnictwa Prószyński i S-ka (2016 i 2017) (rys. 7) i dzięki internetowemu programowi satyrycznemu „Make Poland Great Again” na koncie YouTube (rys. 8) prowadzonym przez Gazeta.pl. Jednak po przeprowadzce Żabińskiego do Nowego Jorku około pięć lat temu profil zawiesił działalność na jakiś czas. Mansztajn reaktywował MLH na Instagramie i dziś prowadzi go z aktorką Karoliną Bacią (prywatnie jego partnerką). Jak można przeczytać w opisie profilu, obecnie zajmują się oni „robieniem memów”.



Rys. 6. Zdjęcie profilowe MLH na Facebooku



Rys. 7. Książki MLH wydane przez Prószyński i S-ka



Rys. 8. „Make Poland Great Again”

W ciągu prawie 14 lat MLH przeszło wyraźną transformację. Mansztajn/Żabiński należeli do pokolenia, które wcześniej zaczęło korzystać z usług proponowanych przez szybko rozwijające się media społecznościowe. Jako platforma mikroblogowa Facebook umożliwiał w łatwy sposób tworzenie treści opartych na słownych postach i elementach wizualnych oraz dotarcie do wielu użytkowników w stosunkowo krótkim okresie. Platformę Zuckerberga w tamtym czasie cechowało nieuregulowanie kwestii podawania prawdziwych danych osobowych; stąd też anonimowość obu panów nie stanowiła problemu.

Publikacja książek, a przede wszystkim program na YouTube, zmieniły sposób postrzegania Mansztajna i Żabińskiego w sferze publicznej. Stali się konkretnymi osobami, które w zabawny sposób komentują bieżące wydarzenia polityczno-społeczne w mediach bardziej mainstreamowych. W międzyczasie starali się dotrzeć do nowej publiczności, dołączając do Instagrama i publikując jednocześnie na obu platformach. Ten transmedialny krok stanowił nie tylko

³ Dane za <https://empemedia.pl/internet-i-social-media-w-polsce-2022-raport/>

próbę zwiększenia zasięgów, ale był także sposobem na dostosowanie się do zmieniającego się krajobrazu mediów społecznościowych na świecie, szczególnie pod względem charakteru treści i sposobu korzystania z bogatego wachlarza usług networkingowych. Chodzi tu przede wszystkim o zmianę paradygmatu komunikacyjnego w internecie na przestrzeni ostatnich 20 lat. Ewolucję charakteryzuje przejście od komunikatu słownego do (krótkiego) werbalno-wizualnego lub całkowicie wizualnego oraz zamiana paradygmatu tworzenia treści na ich kuratorstwo. Memy, ale także emotikony, hashflagi i gify, stawały się coraz bardziej popularnym „językiem” przekazywania treści na platformach społecznościowych, którego semantyka w procesie kodowania i dekodowania okazała się łatwym i efektywnym nośnikiem znaczeń (zob. np. Highfield i Miltner, 2023).

Relacje na Instagramie

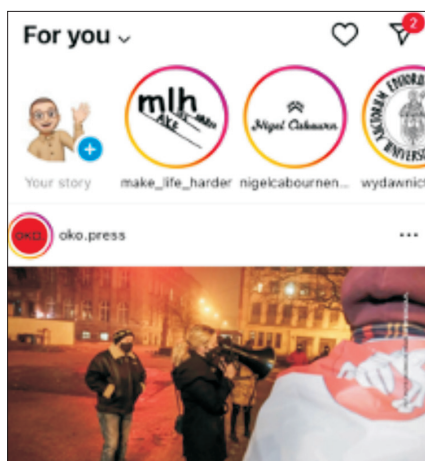
Na świecie z Instagrama korzysta 2 mld aktywnych użytkowników miesięcznie, dzięki czemu plasuje się on na czwartym miejscu w rankingu najpopularniejszych platform networkingowych (stan na styczeń 2024 roku)⁴. Nic więc dziwnego, że Instagram stał się przedmiotem licznych prac naukowych: m.in. Tama Leavera, Tima Highfielda i Crystal Abidin (2020) oraz Lwa Manovicha (2017). Instagram, założony w 2010 roku w San Francisco pod nazwą Burbn, to bezpłatna usługa z gatunku UGC (user-generated content). Jego historia wiąże się ściśle z fotograficzną kulturą cyfrową ufundowaną na infrastrukturze Sieci 2.0 i jej transformacjami w drugim dziesięcioleciu XXI wieku (zob. np. Jurgenson, 2019; Marwick, 2013). Na początku istnienia serwis ten służył zarówno profesjonalistom, jak i amatorom do dzielenia się swoimi pracami. Obecnie użytkownicy platformy korzystają z jej podstawowych funkcji do przeglądania, przesyłania, udostępniania i komentowania postów o przeróżnej tematyce i estetyce – zdjęcia z wakacji Ani Lewandowskiej, nowinki ze świata technologii, materiały edukacyjne czy recenzje najlepszych patyków znalezionych podczas spaceru na łące. Wizualna modalność Instagrama stanowi do dziś jego *unique selling point* i odróżnia go od platform stworzonych na potrzeby komunikacji głównie werbalnej, np. Threads i X oraz coraz bardziej popularnego TikToka – platformy audiowizualnej.

Wspomniana dominanta odpowiada preferencjom komunikacyjnym użytkowników i decyduje o popularności tej platformy. Instagram konstituuje szczególny rodzaj wspólnotowości, dla której komunikat wizualny jest atrakcyjniejszy niż werbalna wypowiedź w procesie komunikacji i konsumpcji produktów medialnych. Ten fakt tłumaczy, dlaczego najpopularniejsze profile na Instagramie należą do użytkowników, którzy udostępniają materiały prezentujące ich atrakcyjne ciała, oryginalne ubrania czy egzotyczne miejsca, oraz dlaczego oferuje idealne

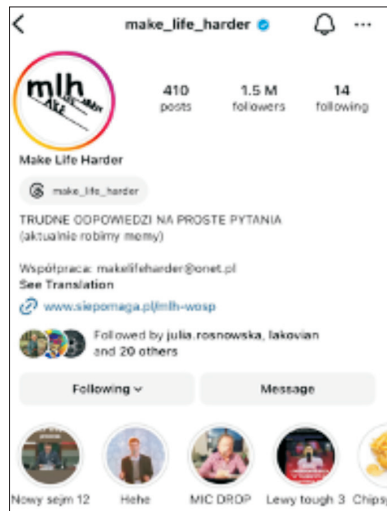
⁴ Dane z portalu Statista.com uzyskane w dniu 1 lutego 2024 r. – <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>

środowisko do tworzenia i udostępniania memów⁵. Charakterystyka platformy ma kluczowe znaczenie dla zrozumienia praktyk kuratorskich MLH. Dla prowadzących profil, zajmujących się przecież „tworzeniem memów”, Instagram stanowi idealne zaplecze kulturowo-technologiczne wykorzystywane do własnych potrzeb komunikacyjnych.

W 2016 roku Instagram wprowadził nowy format udostępniania treści „Instagram Stories”, w skrócie „Instastories”, a w języku polskim „Relacje” (popularna jest też spolszczona nazwa „storiski”). Nowa funkcja znacząco wpłynęła na wygląd i format interfejsu Instagrama. Po otwarciu aplikacji na telefonie komórkowym Relacje tworzą poziomy rząd i zajmują około jedną czwartą ekranu (rys. 9). Kolorowy pierścień wokół okrągłego logo profilu sygnalizuje dostępność nieobejrzanych *Instastories* danego profilu. Na przykład algorytm Instagrama Autora artykułu pozycjonuje Relacje MLH niezmiennie jako pierwsze do obejrzenia, po lewej stronie, obok zdjęcia profilowego: wie bowiem, że najczęściej przegląda on właśnie MLH. Odwiedzając dowolny profil (w tym przykładzie MLH), można dostrzec jego logo w lewym górnym rogu i wyróżnione Relacje pod opisem profilu w postaci mniejszych okrągłych obrazków tworzących poziomą linię. Najnowsze zapisane Relacje zostają umiejscowione po lewej stronie linii. „Klasyczna” siatka, charakteryzująca organizację zdjęć i filmów na Instagramie przez wiele lat, została przesunięta w dół (rys. 10). Topografia interfejsu Instagrama faworyzuje zatem konkretny rodzaj rozpowszechniania treści. Nic dziwnego zatem, że obecnie MLH rzadko decyduje się udostępniać posty, na których zbudował swoją rozpoznawalność, a preferuje właśnie Relacje.



Rys. 9. Ikona MLH (druga od lewej u góry); zdjęcie ekranu autora artykułu



Rys. 10. Interfejs profilu MLH

⁵ Oczywiście należy dodać, że sfera werbalna ma niekiedy dominujące znaczenie w semiotyce memu, jednak jednocześnie ma ona charakter ze wszech miar wizualny, np. konkretna czcionka lub umiejscowienie topograficzne.

Relacje wzorowane na funkcjonalności dostępnej i bardzo popularnej w konkurencyjnej aplikacji Snapchat umożliwiają rozsyłanie postów, które automatycznie wygasają po 24 godzinach, chyba że zostaną dodane do profilu. Zdjęcia można oglądać przez maksymalnie 15 sekund, a nagrania wideo 60 sekund, zanim zmieniają się w kolejne. Relacje mogą być mono- lub multimedialne; w przypadku postów wideo obowiązuje limit 60 sekund i jeśli są dłuższe, zostaną automatycznie pocięte. W celu sformatowania własnych Relacji użytkownicy mogą korzystać z niezliczonych funkcji – filtry, naklejki, GIF-y, teksty i rysunki; można również dodawać linki do innych stron internetowych lub profili, a także funkcje zwiększające interakcję, np. ankiety. W przypadku reakcji na Relacje innych osób są cztery podstawowe opcje: wiadomość, polubienie, udostępnienie (w aplikacjach takich jak Facebook czy WhatsApp, przez sms lub w formie linku) oraz, w najnowszej aktualizacji, komentarz. Jednak w przypadku MLH są jedynie dwie możliwości – polubienie i udostępnienie⁶.

Analiza wyglądu platformy ujawnia wyraźną dysproporcję w dystrybucji narzędzi interaktywnych pomiędzy (od)twórcą treści w swoich Relacjach oraz jego odbiorcami. Ci drudzy, niejako zgodnie z określeniem ich na Instagramie jako „obserwatorzy” (lub „followers” w języku angielskim) zamiast np. „uczestnicy”, mogą jedynie na nie reagować w bardzo określony sposób i w ściśle ograniczonym czasie. Utrudnione jest również dokładne oglądanie czy dogłębne czytanie treści, ponieważ storiski automatycznie zmieniają się po 15 sekundach (materiały wizualne) lub 60 sekundach (materiały audiowizualne)⁷. W rezultacie sposób funkcjonowania Relacji można uznać za idealne środowisko do (pasywnego) dzielenia się wizualnymi wiadomościami. Nie ułatwia ono jednak (aktywnego) (współ)tworzenia na forum grupy. Czasami MLH starało się aktywizować odbiorców do udostępniania swojej twórczości w formie wiadomości do poszczególnych Relacji, a obecnie zdarza się, że umieszcza zdjęcie i proponuje wykorzystanie go do stworzenia memu. Jednak przesłanie Mansztajnowi/Baci własnego (lub znalezionej) memu wymaga wysiłku. Tak zwaną templatkę należy zachować na własnym urządzeniu, następnie przy wykorzystaniu konkretnej aplikacji poddać ją edycji, dodając wymyślony tekst i na koniec odesłać bez jakiegokolwiek gwarancji, że ten mem zostanie opublikowany.

Należy przy tym dokonać fundamentalnego rozróżnienia ograniczania dialogu między aktorami wynikającego z powodów obiektywnych (duża liczba obserwatorów uniemożliwia odpowiedź na wszystkie komentarze) od praktyki skrajnie subiektywnego przesiewania treści i kontrolowania dialogu. Mansztajn/Bacia funkcjonują *de facto* jako „pośrednicy kulturowi” w rozumieniu Pierre’a Bourdieu (1984), których główną rolę stanowi mediacja między producentami kultury a konsumentami. Z drugiej strony można ich również określić jako „producentów symbolicznych”, poprzez swoją pozycję w polu kulturowym mają bowiem możliwość definiowania tego, co wartościowe w komunikacji memicznej,

⁶ Instagram często aktualizuje dostępne funkcje edytowania Relacji; pojawiają się nowe, inne zostają usunięte. Modyfikacje opcji reakcji odbiorców są tego doskonałym przykładem.

⁷ By zatrzymać Relację na dłużej, należy przycisnąć ekran tak długo, jak to potrzebne.

nadawania znaczenia publikowanym treściom, które uprzednio wyselekcjonowali i zorganizowali, oraz uprawomocniania jedynie ściśle określonych interpretacji.

Memiczność na usługach MLH

Wielu naukowców podjęło się stworzenia spójnej koncepcji memu w środowisku cyfrowym. Po 2010 roku byli to m.in.: Chaoqun Xie (2022), Anastasia Denisova (2019), Marcel Danesi (2019), Kate Miltner (2018), Ryan M. Milner (2016), Limor Shifman (2014), Therese F. Tierney (2013) oraz Henry Jenkins, Sam Ford i Joshua Green (2013), a w Polsce m.in.: Marta Wójcicka (2019), Magdalena Kamińska (2017), Tomasz Gackowski, Karolina Brylska i Mateusz Patera (2017), Anna Gumkowska (2015), Jakub Nowak (2013) czy Jakub Sroka (2012)⁸. Memy definiuje się jako elementy cyfrowe, które:

- 1) są rozpoznawalne ze względu na wspólne cechy (treść, styl, perspektywa), np. hiperbolizacja, sarkazm, kolaż;
- 2) zależą od spontanicznego tworzenia, rozwijania i przekształcania przez daną zbiorowość;
- 3) podlegają ciągłemu procesowi zmiany w efekcie m.in. przywłaszczania i naśladownictwa;
- 4) posiadają emocjonalny rezonans wśród internautów;
- 5) prezentują różnorodne (intertekstualne) formy: zwroty, filmy lub obrazy;
- 6) i gatunki: flash moby, zwiastuny, komiksy, lip duby, makra i szablony;
- 7) charakteryzują się brakiem autorstwa;
- 8) posiadają fundamentalny wymiar tożsamościowy i wspólnotowy⁹.

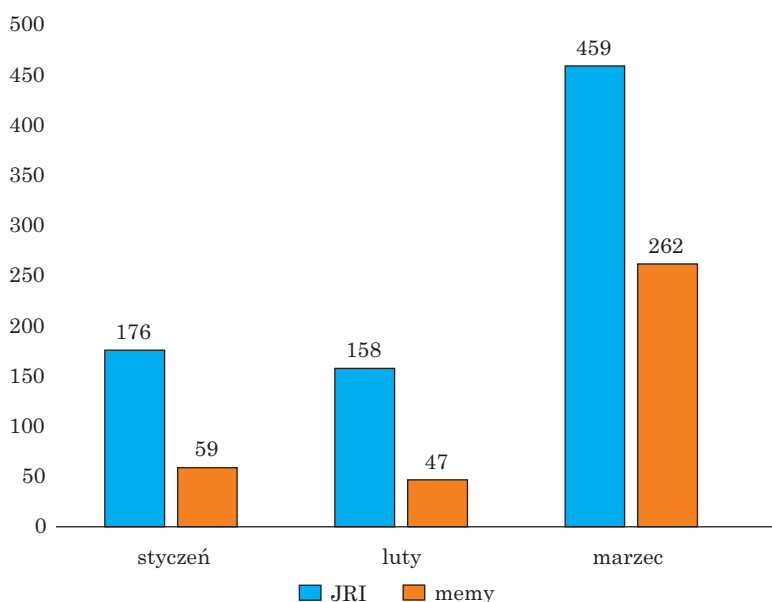
Aby zbadać formy praktyk kuratorskich stosowanych przez Mansztajna/Bacię, przeprowadzono analizę wszystkich postów opublikowanych w sekcji Relacje (łącznie 793) w pierwszym kwartale 2023 roku. Następnie skategoryzowano je zgodnie z metodologią kodowania tematycznego zaproponowanego przez Jennifer Fereday i Eimear Muir-Cochrane (2006). Polega ona na wyszukiwaniu „tematów, które wyłaniają się jako kluczowe dla opisu zjawiska. Proces ten obejmuje identyfikację tematów poprzez »uważne czytanie i wielokrotne odczytywanie danych«. Jest to forma rozpoznawania wzorców w danych, gdzie wyłaniające się tematy stają się kategoriami do analizy” (Fereday i Muir-Cochrane, 2006, s. 84). Proces kodowania tematycznego w przypadku niniejszego badania przebiegał w trzech etapach: (1) wstępna identyfikacja tematów poprzez wielokrotne

⁸ Ponadto strona knowyourmeme.com od wielu lat archiwizuje i opisuje najważniejsze trendy w „memosferze”, a na świecie powstają nawet muzea memów. Największe i najstarsze znajduje się w Hong Kongu, znane jest również to znajdujące się na Federalnym Uniwersytecie we Fluminense, natomiast Płock może pochwalić się pierwszym w Polsce i Europie Muzeum Memów (otwarte w 2022 r.).

⁹ W literaturze można znaleźć jeszcze jedno kryterium: rozprzestrzenianie „wirusowe” (wiralnie), które nie zostało uwzględnione z dwóch powodów: trudno prześledzić, co dzieje się z memami po tym, jak zostaną zamieszczone w Relacjach MLH. Po drugie niniejszy artykuł dotyczy przede wszystkim *kuratorstwa* memów, a nie ich cyklu istnienia w internecie.

przeglądanie materiału, (2) tworzenie kodów na podstawie powtarzających się wzorców i (3) grupowanie kodów w szersze kategorie tematyczne.

Zastosowana metodologia kodowania treści opublikowanych w pierwszym kwartale 2023 roku pozwoliła wyodrębnić następujące tematy: wysokie ceny paliw w Polsce (4.01), tajemniczy hiszpańscy nurkowie na Bałtyku (16.01), wizyta prezydenta Stanów Zjednoczonych (21–23.02), zdjęcia osobliwych owadów (25.02, 28.02, 1.03, 2.03 i 6.03). Oczywiście nie wszystkie tematy zostały przedstawione w formie memów. W analizie ilościowej oddzielono je od pozostałych jednostek Relacji instagramowych (JRI). Aby Relacja została uznana za mem, musiała spełniać przynajmniej połowę (4) kryteriów memiczności wymienionych powyżej w punktach 1–8. Dane porównawcze z rysunku 11 ilustrują wahania aktywności MLH na przestrzeni trzech pierwszych miesięcy 2023 roku: 176 JRI, z czego 59 stanowiły memy w styczniu, 158 i 47 w lutym oraz 459 i 262 w marcu.



Rys. 11. Stosunek memów do pozostałych jednostek
Źródło: opracowanie własne.

Od 12 lutego 2023 roku w Relacjach MLH ukazało się pięć fotografii Sama Smitha w specjalnym kostiumie przygotowanym na rozdanie nagród Brit Awards 2023. Wszystkie skategoryzowano jako memy, ponieważ charakteryzują się rozpoznawalną treścią, stylem i perspektywą (kryterium 1), posiadają rezonans emocjonalny dla pewnej wspólnoty (4 i 8) i zaprezentowane są przy użyciu makr (tj. zdjęć z nałożonym na nie tekstem, zwykle czcionką Impact) (6).

Należy jednocześnie zwrócić uwagę, że kryteria definicji memu 2 i 3 wydają się spełnione w ograniczonym zakresie, z kolei 5 i 7 nie mają w ogóle zastosowania. Memy przedstawiające angielskiego muzyka są zależne od tworzenia, rozwijania i przekształcania przez daną zbiorowość jedynie w ściśle określonym stopniu.

O tym, czy memy *innego autorstwa* niż Mansztajn/Bacia zaistnieją w Relacjach i ukażą się na ekranie telefonów wszystkich obserwatorów profilu, decydują Mansztajn/Bacia. Podobnie rzecz ma się w przypadku kryterium 3. Ciągła zmiana kontekstu i znaczenia memów wymaga założenia, że dostęp do rozmowy posiada każdy członek zbiorowości na tych samych (demokratycznych) zasadach. Całkowita kontrola nad treściami Relacji sprawia, że proces zmian i rozwoju znaczenia memów, z definicji spontaniczny (zob. np. Grochowski, 2015), zostaje rygorystycznie i jednostkowo zanegowany¹⁰. Przesiewanie informacji przed ich publikowaniem łączy się również z ograniczaniem różnorodności formalno-gatunkowej memów. Jak wspomniano wyżej, MLH dzieli się makrami i szablonami, skrupulatnie określając osoby, które tworzą lub rozpowszechniają dane memy. Stanowi to ostatnie kryterium, którego memy podlegające kuratorstwu przez Mansztajna/Bacię nie spełniają.

W okresie styczeń–marzec 2023 roku najpopularniejsze były cztery tematy. Pierwszy (74 memy od 8 do 29.03) stanowiły memy z Janem Pawłem II. Film dokumentalny o polskim papieżu, który miał być rzekomo świadomie zaangażowany w tuszowanie przypadków pedofilii w kościele katolickim, doprowadził do napięcia w polskim społeczeństwie. Jedna frakcja stanęła w obronie „rzutego papaja”, inna wyraziła swoją krytykę wobec instytucji religijnej, a jeszcze inna zajęła się tworzeniem memów na temat hierarchy i obu zwalczających się grup. Kolejne dwadzieścia dni (od 8.03 – 4 memy) były istną feerią treści graficznych i słownych ośmieszających polskiego papieża i – poprzez metonimiczne rozszerzenie – Kościół katolicki w Polsce¹¹.

Występ reprezentacji Polski w piłce nożnej w meczu z Czechami w eliminacjach UEFA EURO w grupie E wywołał memetyczną reakcję wściekłych i rozczarowanych kibiców. W ciągu czterech dni opublikowano łącznie 52 memy w Relacjach MLH. Prawie połowa z nich przedstawiała znudzonego Andrzeja Dudę na Stadionie Narodowym. Prezydent Polski może pochwalić się własnym trendem memicznym realizowanym przez MLH. Pojawia się on regularnie w różnych kontekstach: od jazdy na nartach w Tatrach po oficjalną rozmowę z księciem Walii. W okresie styczeń–marzec pojawiło się łącznie aż 45 memów z jego udziałem.

Ostatni trend treści dominujących w pierwszym kwartale 2023 roku odnosi się do zwierząt. Jednak w przeciwieństwie do „tradycyjnie” memicznych zdjęć uroczych pieszków i zabawnych kotków, MLH zamieszczało memy przedstawiające sprytne gryzonie opanowujące polskie metropolie (od 19.03 – 12 memów). Tego dnia w kilku polskich mediach pojawiła się niepokojąca relacja z infestacji szczurów w jednej z wrocławskich dzielnic. W ciągu następnych pięciu dni opublikowano łącznie 32 memy ze szczurami (w większości identyczne zdjęcie szczura palącego papierosa z różnymi podpisami).

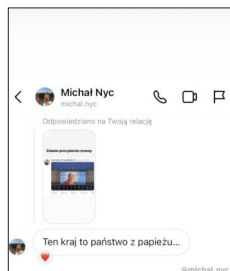
¹⁰ Wniosek ten nie oznacza, że np. memy o Samie Smicie nie funkcjonowały w innych przestrzeniach internetu, co można uznać za prawdopodobne, choć nieweryfikowalne na potrzeby niniejszego badania.

¹¹ Trend ten istniał w przestrzeni internetowej już wcześniej pod nazwą „cenzopapa” (zob. Kamińska, 2017, rozdz. 3).

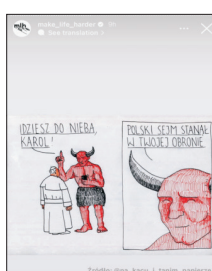
Na przykładzie opracowanych czterech głównych trendów tematycznych można dokonać ekstrapolacji bardziej ogólnych cech praktyk kuratorstwa memów na profilu MLH. Memy przedstawiające Jana Pawła II stanowiąc będą idealną ilustracją. Spośród 74 memów tylko 18 zostało stworzonych przez Mansztajna/Bacię. Pozostałe były przez nich jedynie rozpowszechniane. Memy zostały wysłane w wiadomości (rys. 12), przesłane w odpowiedzi na mema z Relacji (rys. 13), zapożyczone z innych kont (rys. 14) lub zaadaptowane z wiadomości innego użytkownika poprzez nałożenie krótkiego tekstu nad obrazkiem (rys. 15). Wszystkie miały schemat makra (rys. 16) lub szablonu (rys. 17–19).



Rys. 12. Mem otrzymany w wiadomości



Rys. 13. Mem przesłany w odpowiedzi na mema z Relacji



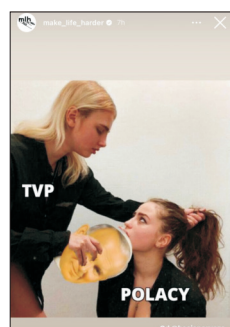
Rys. 14. Mem zapożyczony z innego źródła



Rys. 15. Mem zaadaptowany z wiadomości innego użytkownika



Rys. 16. Mem z papieżem w formie makra



Rys. 17. Mem z papieżem w formie szablonu



Rys. 18. Mem z papieżem w formie szablonu



Rys. 19. Mem z papieżem w formie szablonu

Co zatem ważne, kuratorstwo memów związanych z Janem Pawłem II na MLH odbywało się głównie poprzez udostępnianie wybranych obrazków, komentarzy lub wiadomości osób śledzących profil. Można zatem domniemywać, że memy na storiskach rzeczywiście stanowią efekt wspólnego opracowania i interpretowania postaci polskiego papieża przez wspólną obserwujących profil. Nic bardziej mylnego – działalność twórcza tejże wspólnoty zależy wyłącznie od jej legitymizacji ze strony Mansztajna/Baci. Nie ma w tym przypadku dowolności,

spontanizacji czy równości w dostępie do procesu komunikacyjnego, którą oferują inne platformy społecznościowe (np. Facebook i X lub mniej popularne w Polsce Reddit czy 4chan). Prowadzący profil narzucają tematykę memów i określają ich znaczenie (Jan Paweł II w publikowanych memach przedstawiony zostaje wyłącznie w zabawnym lub prześmiewczym tonie), a także sterują częstotliwością i długotrwałością pojawiania się określonych memów w Relacjach.

Z przeprowadzonej analizy wynika, że praktyki kuratorskie MLH wykraczają poza uwarunkowania technologiczne (algorytmiczne) platformy. Stanowią rezultat przede wszystkim świadomej strategii monitorowania działalności odbiorców i moderowania ich aktywności, czyli opisanego powyżej zjawiska pośrednictwa kulturowego. Należy zauważyć, że kuratorstwo posiada wyraźny wymiar „władzy symbolicznej” (Bourdieu 1984 i 1991), której mechanizmy zostały wyjaśnione podczas omawiania trendów tematycznych w Relacjach. Mansztajn/Bacia ustanawiają hierarchię zarówno wydarzeń społeczno-politycznych (konkretnie propozycje tematyczne), jak i treści cyfrowych (wybór konkretnych memów i wykluczanie innych). Regulują również, z jaką intensywnością (częstotliwością) wyselekcjonowane treści zostaną poddane memicznemu przetworzeniu. Posiadają jednocześnie zdolność do wyznaczania rytmu „rozmowy”: decydują o tym, jak długo dany temat pozostaje w obiegu memicznym. Trzeba również zauważyć, że legitymizują określone stanowiska interpretacyjne poprzez ich konsekwentne wzmacnianie w kolejnych Relacjach.

Zidentyfikowane mechanizmy władzy symbolicznej znajdują teoretyczne uzasadnienie w koncepcji meta-kapitału. W odniesieniu do praktyk komunikacyjnych w internecie Nick Couldry (2003) opisuje wpływ, jaki ich określone wymiary wywierają na zdolność do kształtowania rzeczywistości społecznej przez kontrolę i manipulację systemami symbolicznymi, takimi jak język, kategorie i reprezentacje w mediach cyfrowych. Praktyki kuratorskie MLH charakteryzujące się subiektywnie selektywną redystrybucją treści, określonym porządkiem aksjologicznym i ustalonymi granicami epistemologicznymi mają zastosowanie w uzyskiwaniu przez Mansztajna/Bacię tzw. meta-kapitału, czyli w tym konkretnym przykładzie statusu autorytetu i prestiżu twórców „wpływowch reprezentacji i kategorii rozumienia świata społecznego” (Couldry, 2003, s. 668). Na poziomie strukturalnym uzyskany meta-kapitał pozwala narzucać półtoramilionowej społeczności sposób rozumienia rzeczywistości społecznej, a jednocześnie kształtować hierarchie ważności w polu mediów społecznościowych poprzez praktyki kuratorskie memów o wyraźnym ukierunkowaniu ideologicznym (por. Bourdieu, 1984, rozdz. III i Bourdieu, 1991, cz. II).

Sprawowanie władzy symbolicznej oraz wypracowywany meta-kapitał pozwala Mansztajnowi/Baci na kontrolowanie oraz ograniczanie pól denotacyjnych i konotacyjnych kuratorowanych memów. Innymi słowy, Relacje MLH charakteryzują się monotematycznością i monosemantycznością. Pierwsze pojęcie odnosi się do konsekwentnego publikowania memów poświęconych jednemu, ściśle określonemu tematowi. Co prawda publikowane przez MLH memy wielokrotnie powracają – zarówno jako wspomniane templatki, które potencjalnie można wypełniać nową treścią (tematem) *ad nauseam*, jak i jako budulec kolejnych

memów tworzonych przez odbiorców (np. poprzez dodanie zabawnego komentarza, który opublikowany w Relacjach – wraz z memem źródłowym – staje się kolejnym memem). Jednakże ów fakt powrotu konkretnych memów zależy jest całkowicie od zgodności ich tematu z tym, który narzucają Mansztajn/Bacia. Na przykład nie sposób jednoznacznie wyjaśnić „popularności” Andrzeja Dudy w memosferze MLH. Nie jest on przecież jedynym politykiem w Polsce, a mimo to pojawił się aż w 42 memach w pierwszym kwartale 2023 roku. Można również zastanawiać się, jakie były motywy wysokiej frekwencji memów ze szczurem palącym papierosa. Z całą pewnością da się jedynie stwierdzić, że profil MLH cechuje subiektywna selekcja udostępnianych tematów memów, o czym świadczy przeprowadzona analiza ilościowa trendów tematycznych¹².

O ile monotematyczność dotyczy restrykcyjnej selekcji treści, monosemantyczność stanowi ten wymiar praktyk kuratorskich MLH, który związany jest z ograniczaniem pola interpretacyjnego do jednego (głównego) znaczenia. W przeciwieństwie do klasycznego rozumienia memów jako jednostek podlegających ciągłym transformacjom znaczeniowym, memy publikowane przez MLH charakteryzują się zamkniętym polem semantycznym. Monosemantyczność przejawia się tutaj nie tyle w formie pojedynczego memu (który może zawierać różne warstwy znaczeniowe), ile w praktyce kuratorskiej, która poprzez selekcję i kontekstualizację ukierunkowuje interpretację na ściśle ustalone znaczenie.

Z dużą dozą prawdopodobieństwa można stwierdzić, że Mansztajn/Bacia otrzymali wiele obrazków przedstawiających Jana Pawła II, a mimo to wybrali do publikacji jedynie te, które odpowiadały narzuconej przez nich semantyce (wyśmiewanie instytucji Kościoła katolickiego, konstatacja jednowymiarowej prezentacji „świętości” papieża Polaka w mediach lub żartowanie z konserwatywnych polityków stojących w obronie hierarchy w marcu 2023 roku). W konsekwencji definicja memu cyfrowego, jako swego rodzaju syntagmy, który z założenia łączy różne treści i wątki o rozmaitych desygnatach, a przez to uruchamia liczne konotacje wśród ich odbiorców (zob. kryteria memów, szczególnie 1–4), nie ma zastosowania w przypadku MLH. Proces kuratorstwa memów nie dotyczy konotacji danego obrazka wywołanej wśród jego odbiorców (ta jest nieograniczona). Dotyczy *kontrolowania* konotacji (zgodność z tematem i jego interpretacją). W przypadku gdy tematyka lub semantyka danego memu nie pasuje do oczekiwań Mansztajna/Baci, mem zostaje (najpewniej) odrzucony.

Na zakończenie należy podkreślić, że monotematyczność i monosemantyczność stanowią dwa wzajemnie wzmacniające się mechanizmy kuratorskie MLH. Podczas gdy monotematyczność zapewnia spójność tematyczną i ułatwia budowanie narracji wokół wybranych wydarzeń czy postaci, monosemantyczność gwarantuje jednolitą interpretację w ramach określonej perspektywy ideolo-

¹² Autor pomija fakt, że memy publikowane na MLH mogą stać się budulcem kolejnych treści, tworzonych i publikowanych poza „uniwersum MLH”, czyli np. na innych kontach satyrycznych (m.in. Michała Marszala czy Bo się poryczę), w mediach tradycyjnych czy w korespondencji/rozmowie prywatnej użytkowników sieci. W niniejszym tekście Autor zajmuje się bowiem zjawiskiem kuratorstwa *w obrębie* tego uniwersum. Prześledzenie „życia” memów na innych profilach i w innych mediach to skądinąd fascynujący temat, wart poddaniu refleksji w innych artykułach.

gicznej. Te dwa mechanizmy współtworzą efektywne narzędzie kształtowania dyskursu – ograniczenie tematyczne (monotematyczność) wspiera zawężenie pola interpretacyjnego (monosemantyczność), co z kolei wzmacnia spójność przekazu i jego skuteczność w kształtowaniu opinii publicznej.

Memiczność w kontekście kuratorstwa treści

Przedstawiona analiza empiryczna wskazuje na konieczność rozważenia dodatkowych teoretycznych implikacji praktyk kuratorskich MLH. Celowe używanie określonych kodów kulturowych rozpoznawanych przez społeczność skupioną wokół tego profilu prowadzi do powstania tzw. wspólnoty interpretacyjnej. Koncepcja wspólnoty interpretacyjnej Stanleya Fisha (1980) opiera się na kilku kluczowych założeniach. Znaczenie nie jest właściwością tekstu, ale powstaje w procesie interpretacji. Interpretacja nie jest indywidualnym aktem, ale działaniem członków danej wspólnoty, którzy podzielają podobne założenia, wartości i sposoby rozumienia aktualnych wydarzeń. W rezultacie wspólnoty interpretacyjne to grupy charakteryzujące się wspólnymi strategiami interpretacyjnymi i założeniami dotyczącymi tego, jak należy rozumieć treści (Fish, 1980, s. 171, por. Shifman, 2014). W kontekście omawianej powyżej władzy symbolicznej Mansztajna/Baci należy jednak dokonać istotnego doprecyzowania.

Znaczenie memów nie stanowi ich właściwości, ale powstaje w procesie interpretacji, który jest indywidualnym aktem Mansztajna/Baci. To oni tworzą wspólnotę interpretacyjną z osobami, które dzielą ich założenia, wartości i sposoby rozumienia aktualnych wydarzeń. I tym samym „wspólnota interpretacyjna MLH”, bo tak właściwie można by ją określić, to wspólnota, która akceptuje tematykę narzuconych treści przedstawionych memicznie i zgadza się na proponowaną semantykę oraz która przyjmuje scentralizowane przedstawianie treści i może liczyć na pewien odgórnie sterowany stopień uczestnictwa. Co istotne, „wspólnota MLH” charakteryzuje się, jak zasugerowano powyżej, konkretną postawą ideologiczną.

W *The Discursive Power of Memes in Digital Culture* Bradley E. Wiggins (2019) opisuje umocowanie memów w systemie tworzenia i odtwarzania relacji społecznych w internecie. Ów system inherentnie łączy się z ideologią: „[...] każdy mem internetowy zawiera w sobie praktykę ideologiczną, zwłaszcza jeśli wyraża on pogląd, który jest krytyczny (nawet w jawnie humorystyczny sposób) wobec sfery politycznej, społecznej, gospodarczej, kulturowej itp.” (Wiggins, 2019, s. 24–25; zob. również Nowak, 2013). Wskazane powyżej trendy dotyczące Jana Pawła II i Andrzeja Dudy oraz (poprzez metonimiczne rozszerzenie) instytucji Kościoła katolickiego w Polsce i partii Prawo i Sprawiedliwość reprezentują dyskursywny (ideologiczny) podtekst MLH. Profil ten za pomocą memów własnych i upowszechnianych pełni różnorakie funkcje o charakterze ideologicznym:

- służy krytyce dominującej władzy politycznej i religijnej (podług analizy danych z początku 2023 roku);

- tworzy swoisty mechanizm obronny, dzięki któremu poprzez zabawę i śmiech wspólnota może dać wyraz swojej frustracji, złości i poczuciu bezradności;
- umożliwia zachowanie bezpiecznego dystansu wobec wydarzeń i zjawisk pozostających poza kontrolą danej grupy;
- sprzyja procesom ujednolicenia sposobów rozumienia oraz wspólnego pracowywania najważniejszych bieżących wydarzeń społeczno-politycznych w kraju w kontekście swojego miejsca w ogólnej strukturze władzy;
- stanowi wyraz biernego protestu za pomocą wizualnego języka, którego pola denotacyjne i konotacyjne wydają się zbieżne wszystkim uczestnikom komunikacji;
- jest sposobem na upodmiotowienie pozbawionej władzy mniejszości wywodzącej się z klasy średniej żyjącej w metropoliach, o poglądach wpisujących się w lewicowe postulaty.

Mansztajn/Bacia konsekwentnie tworzą i dobierają jednostki memetyczne, by w maksymalny sposób spełniały one swe dyskursywne funkcje. Proces kuratorstwa treści na ich profilu osadza się właśnie na zamieszczaniu takich Relacji, które w hipermemetycznym (algorytmicznym, wizualnym i swoiście interaktywnym) medium mogą przykuć i zatrzymać uwagę jak najszerzej publiczności. Monotematyczność i monosemantyczność stanowią o bardzo rygorystycznej selekcji memów do upowszechnienia. Co ważne, sama architektura algorytmiczna Instagrama utrudnia konfrontację różnych punktów widzenia: ogranicza czas na analizę znaczenia memu, utrudnia rozpoczęcie dyskusji, nie oferuje funkcjonalności zorientowanych na (od)twórcze praktyki memetyczne. By je praktykować, należy użyć zewnętrznych programów do edycji zdjęć lub generatorów memów.

W kontekście potencjalności transformacyjnej memów zamieszczanych w Relacjach warto zwrócić uwagę na fakt, że: „Memy internetowe mają [...] moc zmieniania ludzkich postaw, myśli, przekonań, ideologii, wartości, sposobów myślenia, kierunków działania itp. na lepsze lub na gorsze” (Xie, 2022, s. 3; zob. np. Donovan, Dreyfuss i Friedberg, 2022). Biorąc pod uwagę popularność profilu MLH, jego wymiar dyskursywny, a także ograniczane treści rozpowszechniane w procesie kuratorstwa, nie sposób nie domniemywać, że Mansztajn/Bacia i ich *followersi* (współ)tworzą swoiste imaginarium polityczno-społeczne i wpływają na nie także poza granicami platformy internetowej. Popularne memy z prezydentem lub papieżem nie pozostawiają wątpliwości, że MLH faworyzuje jeden sposób postrzegania rzeczywistości, krytykując (ośmieszając) inny.

Przeprowadzona analiza praktyk kuratorskich MLH pozwala na sformułowanie szerszych wniosków dotyczących roli memów w kształtowaniu dyskursu publicznego. Empirycznie zidentyfikowane mechanizmy władzy symbolicznej MLH przekładają się na realne oddziaływanie społeczne. Świadczą o tym trzy kluczowe wskaźniki: a) systematyczne kształtowanie interpretacji bieżących wydarzeń politycznych poprzez selekcję i ramowanie memów, b) tworzenie spójnej narracji ideologicznej poprzez mechanizmy monotematyczności i monosemantyczności, c) budowanie aktywnej wspólnoty interpretacyjnej skupiającej półtora miliona odbiorców. Zgodnie z wykładnią tzw. kondycji postcyfrowej

(np. Spencer, 2019), której główna zasada dotyczy nieszczelnej i niejednoznacznej (w świecie powszechnej i dostępnej technologii) granicy między rzeczywistością cyfrową a rzeczywistością nie- lub pozacyfrową (zob. np. Fisher, 2021), podjęto próbę postawienia hipotezy dotyczącej roli, jaką odgrywa profil Mansztajna/Baci w ustalaniu (i/lub utrwalaniu) określonej orientacji ideologicznej poza Instagramem. Biorąc pod uwagę takie czynniki jak różnorakie wymiary sprawowanej władzy symbolicznej, pośrednictwo kulturowe, kreowanie wspólnoty interpretacyjnej na platformie umożliwiającej tworzenie niezależnych ośrodków paradiennikarskich, można udowodnić, że MLH to nie tylko *lulz*, „heheszki” i hasztagi, a ogromna siła potrafiąca zmieniać rzeczywistość, która nas otacza. To jednak temat na oddzielny artykuł.

Bibliografia

- Berman, Ron and Katona, Zsolt (2020). Curation Algorithms and Filter Bubbles in Social Networks. *Marketing Science*, 39(2).
- Bourdieu, Pierre (1984). *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Bourdieu, Pierre (1991). *Language and Symbolic Power*. Cambridge: Polity Press.
- Couldry, Nick (2003). Media Meta-capital: Extending the Range of Bourdieu's Field Theory. *Theory and Society*, 32(5/6), 653–677.
- Danesi, Marcel (2019). *Meme and Pop Culture*. Leiden: Brill.
- Davis, Jin (2017). Curation: A Theoretical Treatment. *Information, Communication & Society*, 20(5).
- Denisova, Anastasia (2019). *Internet Memes and Society. Social, Cultural and Political Contexts*. New York, London: Routledge.
- Donovan, Joan; Dreyfuss, Emily and Friedberg, Brian (2022). *Meme Wars: The Untold Story of the Online Battles Upending Democracy in America*. New York: Bloomsbury Publishing.
- Fereday, Jennifer and Muir-Cochrane, Eimear (2006). Demonstrating Rigor Using Thematic Analysis: A Hybrid Approach of Inductive and Deductive Coding and Theme Development. *International Journal of Qualitative Methods*, 5(1), 80–92.
- Fish, Stanley (1980). *Is There a Text in this Class?* Cambridge, London: Harvard UP.
- Fisher, Max (2021). *W trybach chaosu. Jak media społecznościowe przeprogramowały nasze umysły i nasz świat*. Tłum. Mateusz Borowski. Kraków: Szczeliny.
- Gackowski, Tomasz; Brylska, Karolina i Patera, Mateusz (red.) (2017). *Memy czyli życie społeczne w czasach kultury obrazu*. Warszawa: Wydział Dziennikarstwa, Informacji i Bibliologii UW.
- Grochowski, Piotr (2015). Memy internetowe jako klucz do rozumienia cyberkultury. *Kultura Współczesna: teoria, interpretacje, krytyka*, 3, 213–218.
- Gumkowska, Anna (2015). Mem – nowa forma gatunkowo-komunikacyjna w sieci. *Teksty Drugie*, 3, 213–235.
- He, Wanrong; Gordon, Mitchell L.; Popowski, Lindsay and Bernstein, Michael S. (2023). Cura: Curation at Social Media Scale. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 7(2), b.str.
- Highfield, Tim and Miltner, Kate (2023). Platformed Solidarity: Examining the Performative Politics of Twitter Hashflags. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 1–27.
- Jenkins, Henry; Ford, Sam and Green, Joshua (2013). *Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture*. New York: New York University Press.
- Jordan, Spencer (2019). *The Postdigital Storytelling, Poetics, Praxis, Research*. London: Routledge.
- Jurgenson, Nathan (2019). *The Social Photo. On Photography and Social Media*. London: Verso.
- Kamińska, Monika (2017). *Memosfera. Wprowadzenie do cyberkulturoznawstwa*. Poznań: Galeria Miejska Arsenal.

- Leaver, Tama; Highfield, Tim and Abidin, Claire (2020). *Instagram: Visual Social Media Cultures*. Cambridge: Polity.
- Lucjan i Maciej (2015). *Make Life Harder*. Warszawa: Prószyński i S-ka.
- Lucjan i Maciej (2016). *Make Life Harder. Przewodnik po polityce i nie tylko, ale też*. Warszawa: Prószyński i S-ka.
- Manovich, Lev (2017). *Instagram and Contemporary Image*, [online]. Access: <http://manovich.net/index.php/projects/instagram-and-contemporary-image>.
- Marak, Katarzyna (2013). Mem internetowy. Informacja i transformacja. W: Grochowski, Piotr (red.). *Netlor. Wiedza cyfrowych tubylców*. Toruń: Wydawnictwo UMK, 133–164.
- Márquez, Isral; Lanzeni, Debora and Masanet, Maria-Jose (2023). Teenagers as Curators: Digitally Mediated Curation of the Self on Instagram. *Journal of Youth Studies*, 26(7).
- Mielczarek, Natalia (2018). The “Pepper-Spraying Cop” Icon and Its Internet Memes: Social Justice and Public Shaming Through Rhetorical Transformation in Digital Culture. *Visual Communication Quarterly*, 25(2), 67–81.
- Milner, Ryan M. (2016). *The World Made Meme. Public Conversations and Participatory Media*. Cambridge, London: MIT.
- Miltner, Kate (2018). Internet Memes. In: Burgess, Jean; Marwick, Alice E. and Poell, Thomas (eds.). *The SAGE Handbook of Social Media*. London, Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, 412–428.
- Nahon, Karine, Hemsley (2013). *Going Viral*. Cambridge: Polity.
- Nowak, Jakub (2013). Memy internetowe: teksty (cyfrowej) kultury językiem krytyki społecznej. W: Hofman, Iwona i Kępa-Figura, Danuta (red.). *Współczesne media. Język mediów*. Lublin: Wydawnictwo UMCS, 227–238.
- Shifman, Limor (2014). *Memes in Digital Culture*. Cambridge, London: MIT.
- Sroka, Jakub (2012). *Obrazkowe memy internetowe*. Warszawa: CeDeWu.
- Tierney, Therese (2013). *The Public Space of Social Media. Connected Cultures of the Network Society*. New York: Routledge.
- Wiggins, Bradley E. (2019). *The Discursive Power of Memes in Digital Culture. Ideology, Semiotics, and Intertextuality*. New York: Routledge.
- Wójcicka, Marta (2019). *Mem internetowy jako multimodalny gatunek pamięci zbiorowej*. Lublin: Wydawnictwo UMCS.
- Xie, Chao (2022). *The Pragmatics of Internet Memes*. Amsterdam: John Benjamins.

Streszczenie

Celem niniejszego artykułu jest opis zjawiska kuratorstwa jednego gatunku treści medialnych, memu, na jednej z najpopularniejszych platform społecznościowych. Przy wykorzystaniu ilościowych i jakościowych badań nad polskim profilem Make Life Harder (1,5 mln obserwujących osób na Instagramie) Autor omawia cztery cechy doboru materiału referencyjnego w Relacjach w pierwszym kwartale 2023 roku. Monosemiotyczność, ograniczenia współuczestnictwa, przypisanie autorstwa i dyskursywność sygnalizują poważne przesunięcia w obecnym rozumieniu, definiowaniu i wykorzystywaniu memów w mediach networkingowych.

***Make Memes Harder. On Meme Curation from the Perspective
of the Mainstream Social Media Platform***

S u m m a r y

This article describes the phenomenon of curating one genre of media content, the meme, on one of the most popular social media platforms. Using quantitative and qualitative research on the Polish profile, Make Life Harder (1.5 million followers on Instagram), the author discusses four features of referential material selection in the first quarter of 2023. Monosemioticity, collaboration limitations, attribution of authorship and discursivity signal major shifts in the current understanding, definition and use of memes in networking media.