

Anna Wileczek

Uniwersytet Jana Kochanowskiego w Kielcach

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9851-6114>

e-mail: anna.wileczek@ujk.edu.pl

Wirale i młoda mowa

Virals and youth speak

Abstrakt

Artykuł poddaje analizie zjawisko występowania wirali (werbalnych) w nieoficjalnym dyskursie internetowym młodego pokolenia. Struktury wielowyrazowe o statusie tekstu minimalnego lub „uskrzydłonego” cytatu i nieokreślonym (kontekstowym) statusie genologicznym (powiedzenia, riposty, komentarze), wypreparowane z pierwotnego kontekstu, zyskują popularność dzięki licznym udostępnieniom, humorystycznym transformacjom i ironicznym parodiom. Istotne więc staje się także odkrycie procesu performatywnego (wspólnotowa kreacja), który przyczynia się do wiralowości danej struktury. W tekście, wykorzystując metody z obszaru kartografii kulturowej oraz analizy semantyczno-pragmatycznej, wskazuje się i omawia przykładowe funkcje jako następstwa oddziaływania treści na odbiorców (funkcja ludyczna, tożsamościowa, plemienna, edukacyjna, twórcza, regulacji afektu oraz inspirująco-motywacyjna).

Słowa kluczowe: wirale werbalne, młodomowa, portale społecznościowe

Abstract

The article examines the phenomenon of (verbal) virals in the informal online discourse of young people. Multi-word structures, with the status of minimal text or quotation and an undefined (contextual) genological status (sayings, retorts, comments), when excerpted from their original context gain popularity through numerous shares, comedic transformations, and ironic parodies. Hence, it becomes essential to determine the performative process (community creation) that contributes to the viral nature of a particular structure. Using methods of cultural cartography and semantic-pragmatic analysis, the article identifies and discusses examples of functions through which the content influences the audience (playful, identity-forming, tribal, educational, creative, affect regulatory, and inspiring-motivational).

Keywords: verbal virals, youth speak, social media

1.

Znane ze współczesnej popkultury o proveniencji internetowej i będące przedmiotem analizy w niniejszym artykule *wirale* słowne, sytuowane zwyczajowo w ramach takich konstruktów genologicznych jak: *powiedzenia*, *cytaty*, *skrzydlate słowa*, *frazeologizmy*¹ czy *riposty*, można traktować jako „teksty minimalne” lub mikroteksty reprodukowane (Chlebda 2018: 34). Są rozpoznawane w planie *parole* (wykonania językowego), ale także stanowią „jednostki językowego porozumiewania się” wpisane w plan *langue* (Bachtin 1986: 357). Szczególnie w młodzieżowym dyskursie potocznym można zaobserwować nadprodukcję takich konstruktów o mniej lub bardziej reprodukowalnej strukturze. Pierwotnie były one związane z konkretnym kontekstem źródłowym, ale stając się tzw. wiralami, oddzieliły się od swych obrazowych inspiracji i weszły do zasobu leksykalno-semantycznego młodzieżowej odmiany języka. Użytkownicy rozpoznają je jako *śmieszne teksty*, *zabawne teksty*, *teksty z Tik Toka*, *teksty, o których nikt nie zapomni* (EK 2022). Takie wielowyrazowe całości zachowują lub zwiększają zwykle swój potencjał ekspresywno-ludyczny, są chętnie wykorzystywane w wielu kontekstach pragmatycznych (żarty, gry słowne, riposty).

Wirale (z ang. *viral* ‘wirusowy’) – to mniej lub bardziej dynamiczne, emocjonalnie angażujące treści (fragmenty filmów, memy, slogany), które są masowo wyświetlane, udostępniane, imitowane w internetowej przestrzeni komunikacyjnej (Bucki 2019). Należą współcześnie do jednych z najbardziej popularnych „tekstów” kultury popularnej². Z perspektywy genologicznej stanowią multimodalne hybrydy (słowo i obraz), z semantycznej – to całości znaczeniowe, pragmatycznie zaś rzecz ujmując – to efekty ludyczno-ekspresywnej współpracy komunikacyjnej użytkowników internetu. O ile hybrydowa forma tekstu wiralowego jest oczekiwana przez odbiorców, o tyle nie przesądza o jego wiralowości. To ewokowany system wartości (idei), konwencja humoru czy podzielenie określonego obrazu świata stanowią podstawę powszechnego udostępniania i reinterpretacji, co można ująć w metaforę „zarazania się ideami” (Bucki 2019: 10). Utrwalaniu znaczeń w większym stopniu niż udostępnianie sprzyja opisywany w marketingu wirusowym *viral spoof* – imitowanie, parodiowanie, modyfikowanie istniejących materiałów. Dzięki zabawnym stylizacjom ulegają one konwencjonalizacji.

¹ Pojęcia z zakresu frazeologii przyjmuję za teorią frazeologii syntaktycznej autorstwa Andrzeja M. Lewickiego (2003).

² Traktowanie wirali jako mikrotekstów kulturowych ma swoje uzasadnienie w konceptualizacji tekstu jako makroznanu (Bartmiński 2004/2005: 123).

Struktury wiralowe mogą być badane za pomocą różnych narzędzi, zarówno tych z zakresu współczesnej frazeologii (warstwa werbalna) (zob. Pajdzińska 2006: 11–22), paremiologii (zob. Szpila 2003), jak i mediolingwistyki (płaszczyzna wizualna i multimodalna) (zob. Skowronek 2013: 18). Wydaje się jednak, że do analizy tak hybrydowo ustrukturyzowanych wypowiedzi, przydatna byłaby metoda transdyscyplinarna, oparta na założeniach *kartografii kulturowej* – metody popularnej w marketingu – która w mniejszym stopniu interesuje się formą i treścią danego makroznaku, a w większym skupia się na „mapowaniu” jego potencjalnych oddziaływań na odbiorcę. Odzwierciedla to przyczyny popularności danej konstrukcji, jej zakorzenienie oraz ewolucję w dyskursie internetowym. Kartografia kulturowa wykorzystuje wiele kategorii, których identyfikowanie daje się przełożyć na graficzną strukturę „mapy” znaczeń funkcjonalnych, którą Jacques Ranciere określił jako „system relacji między elementami i między funkcjami” (Pinet 2017: 174). W tych ramach istotna jest – podobnie zresztą jak w multimodalnej analizie dyskursu – rekonstrukcja globalnego sensu i poszukiwanie koherencji między danymi pochodzącymi z różnych modusów (Maćkiewicz 2017: 3) oraz określenie ich roli w ramach komunikującej się społeczności.

2.

Reakcje odbiorców na treści stanowią podstawę do identyfikacji określonych funkcji, które z kolei służą do klasyfikacji i opisu wirali. Powtarzające się jakości, wyróżniane za pomocą werbalnych „markerów” (pomocniczych identyfikatorów), można pogrupować w funkcjonalne domeny. Jak wskazują badacze (Penenberg 2008; Subramani, Rajagopalan 2003), do istotnych czynników przyczyniających się do wiralizacji treści należą:

- 1) ludyczność [*to mnie rozbawiło*] – funkcja ludyczna;
- 2) podkreślanie więzi wspólnotowej, relacji i przynależności [*to o nas; tylko my to rozumiemy; nie jesteś sam*] – funkcja plemienna;
- 3) kreowanie i wzmocnienie tożsamości [*to o mnie; to moja historia; wiem, o co chodzi*] – funkcja tożsamościowa;
- 4) aktywność [*a to ciekawe; zrobmy to razem; warto wiedzieć*] – funkcja edukacyjna;
- 5) oryginalność i autentyczność [*cała prawda o mnie, o świecie, o naszym pokoleniu; to nowe*] – funkcja twórcza;
- 6) emotywność [*to mnie poruszyło pozytywnie lub negatywnie*] – funkcja regulacji afektu;

7) stymulatywność [*dobre momenty; to moje życie*] – funkcja inspiracyjno-motywacyjna³.

Trzeba zauważyć, że wskazane wyżej kwalifikatory są także dobrze znanymi atrybutami socjolektów czy slangów grupowych (por. Grabias 2003; Wileczek 2018). Zarówno ekspresywność jako językowe wcielenie emotywności, jak i komizm, hiperkreatywność i fatyczność, realizowana w ramach nawiązywania i podtrzymywania wspólnoty, to przecież jedne z podstawowych wyznaczników slangów. Tę siatkę cech identyfikacyjnych narzucić można na wiele struktur z obszaru kodu komunikacyjnego młodzieży (pokolenie Z i Alfa). Jest to o tyle ważne, że współcześnie to młodzieżowy dyskurs potoczny o proveniencji internetowej (np. TikTok, YouTube, Twitch, platformy gamingowe) jest miejscem stałej inkubacji wirali, które wprowadzają do języka konstrukcje pozwalające jego „użytkownikom wytwarzać i rozumieć teksty na swój jednostkowy sposób” (Makarewicz 2018: 14). W tym mechanizmie istotnym elementem jest także ustalenie się semantycznej niezależności warstwy werbalnej przekazu wiralowego. Wypowiedzi te przybierają bowiem często postać „skrzydlatych słów” w sensie, w jakim Wojciech Chlebda nazywa je „kodyfikatorami pojęć, w których kategoriach działamy, reagujemy, wpływamy na innych” (2005: 461). Tak pisze o tej prawidłowości Andrzej M. Lewicki: „Używając takich osobliwych jednostek [mówiący] mają świadomość, że naruszają kod językowy, kształtując własny subkod” (Lewicki 2003: 165). Z tego powodu ów subkod, w tym wypadku slang młodzieżowy, nie może dziś być traktowany jedynie jako specyficzny rejestr językowy (socjolektalna odmiana potocznego języka adolescentów). Jest bowiem także stylem dyskursywnym, eksponującym zwyczajnie komunikacyjne młodych użytkowników, wyróżnianych nie tylko na podstawie kryteriów biologiczno-społecznych (młodzież szkolna), ale także kulturowych (tzw. młodzi dorośli, dorośli „młodzi duchem” czy „wiecznie młodzi” *kidulci*). Z tego powodu, poszukując pojemnych terminów określających ludyczno-ekspresywne zachowania językowe realizowane za pomocą werbalno-ikoniecznego kodu (leksemy + emoji/ formy gestularne lub memy), wychodzi się poza wskaźnik wieku i środowiska, identyfikując pojęcie *młodej mowy* czy *młodomowy*, które lepiej oddaje specyfikę hybrydycznego desygnatu. Z kolei myśląc o *mówieniu po młodzieżowemu* jako współczesnym stylu komunikacyjnym i strategii kreowania wizerunku (Wileczek 2021), nie sposób pominąć aspektu udostępniania, remiksowania, przetwarzania elementów popkultury (por. Burkacka 2020: 201) – kulturowej wiralizacji. Współcześnie w większym stopniu na kodowanie i dekodowanie znaczeń

³ Opracowanie własne na podstawie: Bucki 2019: 33–34.

ma wpływ sposób uczestnictwa w kulturze internetowej i korzystanie przez aktorów społecznych z nowych narzędzi cyfrowych (typu Web 2.0; Web 3.0) niż klasyfikacje stricte pokoleniowe⁴.

Przyjrzyjmy się zatem kilku przykładom wirali werbalnych z lat 2022–2023, opisanych w Obserwatorium Języka i Kultury Młodzieży⁵ oraz zarejestrowanych w bazie danych Młodzieżowego Słowa Roku⁶, aby zidentyfikować schematy, w ramach których te konstrukty stają się pożądaną „walutą społeczną” (Berger 2013: 4). Pojęcie „waluty społecznej”, opisywane przez znawców e-marketingu (Flynn 2021; Michalak, Daszkiewicz, Musz 2009), należy interpretować nie tylko w kategoriach „sprzedawania” w internecie tekstów multimodalnych, informacji, obrazów, emoji, żartów, bon motów w ramach kontaktów komunikacyjnych, ale jako „ekwiwalent” atrakcyjności, służącej przede wszystkim do zdobywania aprobaty innych. Dzięki takiej „walucie” użytkownicy interakcji budują swój wizerunek osób zabawnych, błyskotliwych, wtajemniczonych, autentycznych i kreują jakości interakcyjne, które wynikają z przywileju uczestnictwa w wielokanałowym i wielopoziomym tworzeniu znaczeń (Winiarska, Załazińska 2018: 10). Mniej istotny jest nawet sam aspekt medium (narzędzia), a znacznie cenniejsza staje się interakcyjność jako obszar procesualnej, wspólnotowej kreacji. Można także obserwować zjawisko semantyzacji (ustalania i negocjacji znaczeń) wraz z jednoczesnym wpływem tego procesu na aktorów społecznych. Mamy tu do czynienia z performatywnością innego typu, niż proponował to *John L. Austin* (1962). Performatywność rozumiana wszak jako „konstruowalność” implikuje fakt, że nie tylko słowa zmieniają rzeczywistość, ale sam proces konstruowania obiektów i jakości (zob. Gołębiowska 2021). Zakładając więc, że o „własnościach lub specyfice danego przedmiotu, zjawiska czy procesu decyduje wpływ czynników zewnętrznych, a nie jego substancja (istota)”, to analiza struktur wiralowych musi uwzględniać przede wszystkim odsłanianie mechanizmów społecznego i kulturowego ich konstruowania (Wojnowski 2017: 174). Biorąc powyższe pod uwagę, celem niniejszego tekstu czynię opis, ale też rekonstrukcję procesu kreowania i rozprzestrzeniania się wiralowych znaczeń, charakterystycznych dla najbardziej popularnych

⁴ Różnice generacyjne w korzystaniu z mediów społecznościowych i przetwarzaniu treści są opisywane m.in. przez opracowania z pogranicza socjologii i marketingu (por. Walczak 2021).

⁵ Obserwatorium Języka i Kultury Młodzieży to zainicjowany w 2021 r. projekt naukowo-społeczny i strona WWW, na której gromadzi się słowa, wyrażenia, frazy, memy, wirale, czyli jednostki znaczeniowe, istotne dla sposobu komunikacji i stylu bycia młodzieży (<https://obserwatorium-mlodziezy.ujk.edu.pl/o-projekcie/>).

⁶ Cykliczny plebiscyt Młodzieżowe Słowo Roku jest organizowany przez Wydawnictwo Naukowe PWN od 2016 r.

w latach 2022–2023 mikrotekstów młodomowy, których obecność w nieoficjalnym dyskursie młodzieżowym online i offline została potwierdzona zgłoszeniami do Obserwatorium Języka i Kultury Młodzieży, jak i do plebiscytu Młodzieżowe Słowo Roku⁷. Podane poniżej mikroteksty stanowią orientacyjne punkty na „mapie” *trendów*⁸ dominujących w nieoficjalnej komunikacji ludzi młodych. Materiał dyskursywny i egzemplifikacyjny został pozyskany metodą etnograficzną, tj. obserwacji internetowego dyskursu młodzieżowego w ramach portali takich jak: TikTok, YouTube, Twitter, Instagram, Facebook (nastolatki oraz młodzi dorośli byli autorami lub bohaterami zamieszczanych tu materiałów językowych i filmowych). Natomiast w ramach obserwacji uczestniczącej w 2022 i 2023 r. odbyło się osiem spotkań z nastolatkami należącymi do Młodzieżowej Rady Obserwatorium. Rozmowy na temat popularności wirali i modyfikacji ich znaczeń stanowiły podstawę językowo-kulturowych opisów wybranych struktur.

3.

Spśród wielu wiralowych mikrotekstów, powstałych we wskazanym okresie, do analizy tematycznej wybrano 20 jednostek, które były zgłaszane najczęściej przez użytkowników w ramach wymienionych wyżej inicjatyw. Są to:

Ale kongo! Artur, przyszykuj kadzidło! Betoniarzu, cztery cztery; Boczne oko; Coś się kliknęło; Diss na budziki; Idź dotknij trawy; -Ile ty masz lat? -He he 17; Ja się nie chwale, ja mam talent; Jak stary wróci z mlekiem; Kto pytał? Lekka kraksa można by rzec; Nie masz psychy; Nowe, nie znałem; ...robi wrażenie! Pozdrowienia ze Stegny; ...rizz; Się wjeżdża! / Wjeżdżam rozjeżdżam; Twoja stara; Wiem, co jest 5.

Zdecydowana większość powiedzeń ma swoją genezę w treściach internetowych, identyfikowanych jako *filmiki*, *tiktoki*, *rolki*, *shortsy*, *instastories*, które potem w całości lub fragmencie są udostępniane lub modyfikowane w mediach społecznościowych. Często stają się też *memami*, czyli komunikatami werbalno-wizualnymi, wykorzystującymi grę elementów skonwencjonalizowanych i nowych znaczeń⁹. Częściej jednak niż w typowych

⁷ W 2022 r. zgłoszono prawie 125 tys. słowoform (za: <https://www.pwn.pl/aktualnosci/essa-mlodziezowym-slowem-roku-2022>). Formy wielowyrazowe stanowią 4,4% wszystkich zgłoszeń zarchiwizowanych w bazie. Za możliwość korzystania z tej bazy dziękuję organizatorom – Wydawnictwu Naukowemu PWN.

⁸ Czasownik *trendować* o znaczeniu ‘być często używanym, często wyszukiwanym’ rozszerzył znaczenie o ‘być na czasie, być zorientowanym’ (por. Trendownia.pl).

⁹ Mem to nie tylko skonwencjonalizowany przekaz oparty na koincydencji dwóch modusów – prymarnych systemów znakowych (Wójcicka 2019), ale też tekst złożony z sensów konotacyjnych, budowanych multiplikatywnie i procesualnie (Bucher 2015: 20; Wolańska

produktach memicznych – to przekaz werbalny lub jego wybrany fragment stabilizuje znaczenie na tyle, że staje się „ośrodkiem” generującym nowe interpretacje obrazowe, a tym samym poszerza znaczenie.

Tworząc mapę wiralowych oddziaływań, należałoby rozpocząć od identyfikacji ludycznych, które – jak się zdaje – są najczęstszym powodem upowszechnienia określonych mikrotekstów. Komizm jest traktowany przez społeczności internetowe jako „typ twórczości polegającej na świadomym wytwarzaniu określonego układu zjawisk [...] w celu wywołania doznań pewnego typu” (Dziemidok 2011: 9). Realizuje się przez „liczne asocjacje, kontrast, odwracanie logiki, dekonstrukcję zastanych i utartych struktur, ironię, poliznakowość [...]”. Jest „narzędziem do ujmowania doświadczenia życia i kultury jako nieustannej zabawy i gry – dobrowolnej, nadprogramowej, ograniczonej środowiskowo i przestrzennie, zintensyfikowanej w okresie adolescencji” (Wileczek 2022: 182). Funkcja ludyczna (1) leży więc u podstaw popularności takich konstrukcji jak np. *Betoniarzu, cztery cztery; Artur, przyszykuj kadzidło; He He siedemnaście*. Pierwszy przykład jest fragmentem skompilowanym z dwóch krótkich filmów z YouTube (2008 r.), w których anonimowy robotnik budowlany z Polski, pozdrawia betoniarzy w Anglii i wypowiada tajemniczą liczbę „cztery cztery” (<https://www.youtube.com/watch?v=rc7k3G4LdN4>). Druga fraza zaś nawiązuje do zabawy w odprawianie katolickiej mszy przez użytkowników internetowej gry o nazwie Roblox, podczas której jeden z graczy nieświadomie, niejako poza „kadrem”, użył zacytowanych wyżej słów. Utrwalenie, a tym samym „uskrzydlenie” cytatu nastąpiło dość szybko, głównie ze względu na groteskowe zderzenie dwóch jakości i konwencji: odgrywanej religijnej powagi, towarzyszącej obrzędowości, i potoczności (przypadkowe dopowiedzenie w tle). Takie zaburzenie konwencji, splot nieprzewidywanych wydarzeń lub typowa dla młodzieżowej karnawalizacji ekspozycja absurdu, kontestacja normy religijno-kulturowej (por. Wileczek 2022: 194) stały się podstawą wiralowego sukcesu analizowanego mikrotekstu. Komizm w warstwie estetycznej łączy się tu także z komizmem sytuacyjnym i słownym. Wyraz *kadzidło* ma bowiem w slangu młodzieżowym inne i bynajmniej nie sakralne konotacje. *Kadzidło* z racji skojarzeń z chmurą (dymu) to po prostu ‘e-papieros’, a wezwanie do przygotowania kadzidła – jest utajonym lub żartobliwym komunikatem na temat palenia.

2007: 313; Burkacka 2020: 200). Ponadto mówiąc o *człowieku memie*, *filmie memie* czy *zachowaniu memie*, wskazuje się na potencjał pragmatyczny danego elementu rzeczywistości, który może stać się znakiem przeznaczonych do ciekawej rekonstrukcji i modyfikacji. Taka koncepcja memu jest bliska metaforze „jednostki przekazu kulturowego”, o której niegdyś pisał Dawkins (por. też Kamińska 2011: 61).

Obie opisywane konstrukcje weszły do slangu młodzieżowego jako przykłady ekspresji, która w zależności od kontekstu może mieć charakter pozytywny lub negatywny¹⁰. Słowa: *Ty [...] betoniarzu, cztery cztery* wypowiediane w bezpośredniej konwersacji, np. do kolegi, który otrzymał niespodziewaną czwórkę z odpowiedzi, przenoszą znaczenia z poziomu prześmiewczej ironii na poziom szacunku. Nie bez znaczenia pozostają tu konotacje kulturowe, gdyż 44 to numer kierunkowy Wielkiej Brytanii, a zarazem symboliczna liczba znana z kanonicznej lektury szkolnej.

Ciekawą strukturą jest także stałe połączenie o charakterze eliptycznym: *He He 17*, które weszło do komunikacji młodzieży jako żartobliwa riposta na każde pytanie o wiek. Nastolatki, pytani o popularność powiedzenia, wskazują po pierwsze na jego reprodukowalność (*memiczność*) zapewniającą użyteczność we wspólnocie komunikacyjnej: *Jest to memiczny numer z piosenki Natalii Kaczmarek*, po drugie na zabawny związek z pierwotnym kontekstem: *Mem znany dzięki piosence i zazwyczaj zaczyna się od słów „On mi drink daje i chce robić ze mną jakieś dziwne akcje. Ile ty masz lat? ... he he 17”* (pisownia oryginalna, zbiory własne). Chodzi o utwór muzyczny grupy młodzieżowej Natsu World, pt. *NETERNAL*, nawiązujący do jednego z internetowych skandali (tzw. *dramy* ‘spięcie, kłótnia’) z udziałem członka zespołu influencerów Team X, wysyłającego czternastoletniej dziewczynie swoje nagie zdjęcia. Influenser tłumaczył potem, że nie znał jej wieku, a na zdjęciach wyglądała na pełnoletnią. Fraza stała się wiralem nie tylko przez opisywany w internecie i reinterpretowany w hip-hopowej piosence Natsu skandal obyczajowy, ale także dzięki liczным prześmiewczym przeróbkom na TikToku i YouTube.

Funkcja ludyczna, będącą podstawą popularności wirali, przyczynia się także do kreacji nowych, kontekstowych znaczeń. Są to bowiem na tyle niearbitralne i labilne znaczeniowo znaki, że poddają się wielu aranżacjom semantycznym. Sprawdzają się świetnie jako „waluta społeczna”, bo zapewniają zabawę (wskazuje na to onomatopeja śmiechu *he he*), jednocześnie pozycjonują autora jako osobę rozeznaną w popkulturowych trendach. Nie bez znaczenia jest także rola relacji interpersonalnych, gdyż wskazane wirale są wykorzystywane jako skonwencjonalizowane figury do gry komunikacyjnej opartej na dialogicznych dopowiedzeniach.

Kolejne miejsce wyznaczone przez kartografię kulturową „zbiera” te jakości, które dotyczą więzi wspólnotowej. Wiralizację fraz w ramach tzw. (2) funkcji plemiennej generuje np. młodzieżowa „walka na słowa”.

¹⁰ Potoczne znaczenie słowa *beton* konotuje osobę ograniczoną i oporną na zmiany, stąd i *betoniarz* nie zyskuje pozytywnych konotacji.

Twoja stara to popularne od wielu lat ‘prześmiewcze deprecjonowanie wypowiedzi konkretnej osoby lub forma żartu’, znane z powszechnych nie tylko w slangu rozgrywek komunikacyjnych czy trapowych stylizacji¹¹. Absurdalna fraza: *Jak stary wróci z mlekiem* wyraża niedowierzanie lub sprzeciw¹², z kolei *Kto pytał?/ A kto pytał?* jest ironiczną odmianą pytania retorycznego, podkreślającego brak związku sytuacji, zachowania, zdarzenia z istotą rzeczy. Wyraża znaczenie: ‘to nie jest ważne’ lub ‘nic mnie to nie obchodzi’. Jej popularność wiąże się także z przydatnością w żartobliwych utarczkach słownych. Fraza jest nawet skracana do pojedynczego zaimka pytajnego: *Kto*, nieokreślonego *Nikt*, których znaczenie jest możliwe do rekonstrukcji tylko w kontekście rozgrywającego się dialogu¹³. W komunikacji bezpośredniej tym wypowiedziom towarzyszą zwykle elementy paralingwalne (antykadencja lub kadencja) i niewerbalne (gest wzruszenia ramionami). Te wskazane wyżej mikroteksty można także identyfikować jako młodzieżowe riposty. Przykładem jest choćby transformacja w erystyczną formułę: *Nikt nie pytał, każdy potrzebował* (<https://www.youtube.com/watch?v=554qatLnf9k>). Riposty stanowią poręczne narzędzia do prowadzenia werbalnej wojny obliczonej nie tylko na pokonanie przeciwnika w sporze, ale też na zapewnienie satysfakcjonującego uczestnictwa w ludyczno-estetycznej grze.

W ramach komunikacji młodzieżowej zyskują popularność także te konstrukcje, którym można przypisać funkcję kreowania i wzmacniania tożsamości (3). Należą do nich m.in.: *Wiem, co jest 5* ‘znam się na tym, rozumiem to’; *Wjeżdża(m), rozjeżdża(m)* ‘dokonać czegoś ekstremalnego, niezwykłego’; *Ja się nie chwale, ja mam talent* ‘jestem w tym świetny’. W tej kategorii można zestawić frazy pozwalające wyeksponować z jednej strony jakości psychiczne (indywidualność), z drugiej znajomość określonego *skryptu kulturowego* zapewniającego sukces społeczny (środowiskowy)¹⁴. Pierwsze dwie jednostki pochodzą prawdopodobnie z tekstów utworów hip-hopowych (por. singiel Zbuka *Wiem, co jest 5*¹⁵, Włodara *Się*

¹¹ Por. trapo-rap (gatunek hip-hopu), pt.: *Hotelowy freestyle o Twoim starym Parisa Platynova i Piosenki z tekstów o Twojej starej* (YouTube.com).

¹² Por. *Nie sorry my się prawie nie znamy i szanse ze tam mnie wpuścisz to jak to ze mój stary teraz z mlekiem wróci* (pis. oryg.), <https://twitter.com/olixwukaes/status/15157559738430382162>.

¹³ Jedno z najstarszych użycí frazy: *Kto pytał?* wystąpiło w polemice youtubera Young Multi: „No i dobra... kto pytał? Nikt!” (por. <https://www.youtube.com/watch?v=kRIfgmvq7L8M>).

¹⁴ Skrypty kulturowe to wykształcone przez społeczność modele zachowań, interakcji i postaw (Deka 2006: 166).

¹⁵ *Wiem Co Jest 5* to metafora Zbuka odnosząca się nie tylko do kultury hip-hopu, ale również do własnej drogi do sukcesu, naznaczonej trudnymi doświadczeniami dorastania (<https://www.youtube.com/watch?v=9394Zy4oTyI>).

wjeżdża). Zostały upowszechnione za pomocą TikToka, podobnie zresztą jak hasło Super Mario Trenera: *Wjeżdża nowa seria*. Zyskały popularność, ponieważ rap zajmuje ważne miejsce w kulturze młodzieżowej, zarówno tej z adresem medialno-marketingowym (*kontent pozamuzyczny*, np. domy influencerów¹⁶, kolektywy¹⁷, walki MMA¹⁸), jak i stricte muzycznym (np. teksty piosenek). Utwory silnie oddziałują na myśli, emocje i język nastolatków, gdyż bywają także znakiem pokoleniowej kontestacji oraz świadectwem trudnych doświadczeń i metamorfoz (por. Kaca 2021). Bezkompromisowość językowa, rytmiczna muzyka, raperskie gesty sprzyjają utrwalaniu wyrażań lub stałych połączeń wyrazowych, zwłaszcza zamieszczonych w ramie tekstowej lub w refrenie. Szczególnie ważny jest tu element identyfikacyjny, który sytuuje się w obszarze zaznaczonym „markerem” [*to moja historia, to o mnie*].

Stosowanie autoironii i humoru jako elementów wzmacniających tożsamość (wszak według potocznej opinii tylko przekonani o własnej wartości indywidualiści potrafią żartować z samych siebie) wpływa z kolei na popularność cytatu: *Coś niecoś potrafię. Ja się nie chwale, ja mam talent*, który przedostał się do dyskursu młodzieżowego wraz z upowszechnieniem jednego z filmowych klipów¹⁹. Fragment został wyekscerpowany z nagrania programu „Sprawa dla reportera”, w którym młody człowiek z niewielką, ale zauważalną niepełnosprawnością intelektualną, demonstrując chwytły znane ze sztuk walki, wypowiada wspomnianą kwestię. Fraza stała się szybko tagiem dla dużej liczby logowizualnych imitacji *#coś niecoś potrafię*. Komunikat werbalny wprowadza tu z jednej strony element tożsamościowy (wskaźnik: *wiem, o co chodzi*), z drugiej wiąże go ściśle ze strategią odbioru opartą na specyfice wspólnotowego aktywnego dekodowania komizmu, który często opiera się na szyderstwie. Dodatkowo w ramach stylizacji (pastiche lub parodii), będącej ośrodkiem drwiącej internetowej zabawy, powstaje sieć powiązań intertekstualnych, a powtarzalność cytatu sprzyja stabilizacji

¹⁶ *Dom influencerski* – miejsca, gdzie wspólnie żyją i tworzą projekty (treści przeznaczone dla młodego pokolenia) zespoły influencerów. Do najpopularniejszych domów należały: Team X (edycja 1. oraz 2.), Ekipa Friza oraz The Blaze House.

¹⁷ *Kolektyw* – grupa osób skupiona wokół tworzenia i promocji określonych treści. Przykładem artystycznego kolektywu był hip-hopowy zespół Chillwagon, założony w 2018 r. przez Borixona.

¹⁸ *Walki MMA* (ang. *mixed martial arts*) – dyscyplina sportowa, w której zawodnicy sztuk i sportów walki walczą bez broni przy dużym zakresie dozwolonych technik.

¹⁹ Hipotekstem dla frazy: *Ja się nie chwale, ja mam talent* może być z kolei piosenka w wykonaniu Jerzego Stuhra *Śpiewać każdy może*, z której pochodzą słowa: *Bo ja się wcale nie chwale / Ja po prostu niestety mam talent*. Cytat ten został także wykorzystany w polskiej adaptacji filmu „Shrek”.

znaczenia – głównie autoironicznego. Sytuacja komunikacyjna tworzy tu swoiste wyzwanie dla odbiorcy, który może przekształcić przekaz, stając się tym samym ważnym ogniwem w intertekstualnej grze. Wpisana w wiral możliwość transformacji, a także atrakcyjnej współpracy komunikacyjnej przyczynia się więc do popularyzacji i utrwalenia struktury słownej, która jest ośrodkiem kolejnego *hipertekstu*.

W tym kontekście na mapie przestrzeni uczestnictwa należy zaznaczyć jeszcze jeden punkt, wokół którego można zgromadzić sygnały werbalne o funkcji twórczej (4). Jej wyznacznikiem jest dbałość o oryginalność i autentyczność przekazu (wskaźniki utożsamiające: *[to nowe lub prawda o mnie, o świecie]*). I tak dzięki wielotysięcznym transpozycjom tiktokowego *Pozdrowienia ze Stegny* – krótkiego klipu, będącego pierwotnie odmianą współczesnej (filmowej) „kartki znad morza”, nastąpiło usamodzielnienie tekstu, zredukowanego następnie do granic pojedynczego, niemal żargonowego znaku *Stegna*. Toponim (nazwa gminy położonej na Mierzei Wiślanej) stał się tu wyrazem treściowym, sygnałem ludycznym lub fatycznym, wzywającym jednocześnie do kreacji, której efektem są humorystyczne zapisy pozdrowień z wielu miejsc. Z kolei *diss na budziki*, nawiązujący do znaczenia hip-hopowego słowa *dissować* ‘gasić kogoś, wyśmiewać, poniżyć’ (obecnie także wyrażenie *diss na...*²⁰ ‘krytyka osoby, zachowania, zjawiska, przedmiotu; narzekanie na coś’), został upowszechniony m.in. dzięki takim utworom jak *Diss na budziki* (Antony Esca), który dał początek popularnemu na TikToku trendowi *#disnabudziki*. Użytkownicy w ten sposób oznaczali i zamieszczali filmiki ze swoją interpretacją porannych „trudnych” doświadczeń.

Kolejny trend wyznacza zapożyczone z języka angielskiego slangowe słowo *rizz*, (tj. ‘wyizolowana sylaba wyrazu *charisma*’) oznaczające ‘duże wrażenie wywierane na innych osobach’ (por. *mieć rizz* lub *poziom rizzu*). Jednostka była używana najpierw przez streamerów na portalu Twitch, a następnie została upowszechniona na TikToku dzięki licznym filmikom, w których ośrodkiem treści była struktura ligwistyczno-genologiczna realizująca schemat tekstualny: *Jesteś może X? Bo Y (Z rizz)*, np.: *Jesteś może matką? Bo nie mogę cie zaliczyć (szkolny rizz)*; *Jesteś może moimi chęciami do życia? Bo nigdy cie nie miałem, a zawsze chciałem mieć (smutaśny rizz)*; *Jesteś może moim telefonem? Bo zawsze chcę mieć cie przy sobie (phone rizz)* (pisownia oryginalna TikTok.com).

Ten wariant medialnej zabawy, opartej na zaskakujących, często odległych konotacjach buduje metafory, do których dekodowania (a tym samym

²⁰ Por. *Diss na prof. Maty*, *Diss na miłość Stickxa*, *Diss na frajera*, *Diss na Szumo*, Michała Lei, *Dis na Servusa Natsu*.

do partycypacji w sytuacji komunikacyjnej) niezbędna jest znajomość zasad młodzieżowej *licentia poetica*. Stanowią one nie tylko klucze do odszyfrowania znaczenia nowych połączeń (np. *szkolny rizz*, *smutaśny rizz*, *phone rizz*), ale i strategie nawigacji po „magazynach myśli” otwieranych przez hasztag *#rizz*.

W ramach tego typu „wymiany” komunikacyjnej można także wskazać na mechanizm wzbudzania zainteresowania odbiorców treściami zaskakującymi, odkrywczymi lub wzywającymi do wspólnej aktywności. Komunikaty, w których dominuje funkcja edukacyjna (5), identyfikowane są za pomocą markerów [*to ciekawe; warto wiedzieć; zrobmy to razem*]. Treści poznawczo-edukacyjne są wskazywane przez kartografię kulturową jako jedne z częściej udostępnianych (realizacja zasady przydatności i pozytywności – Bucki 2019). Przykładem może być duża popularność frazy *robi wrażenie*, znanej dobrze z języka ogólnego, ale upowszechnionej w formie humorystycznej pointy w mininarracjach oceniających przedmioty, zjawiska lub zachowania. Zawarta w wielu pastiszowych hipertekstach młodych internautów aluzja do pierwowzoru – zachwyty krytyka kulinarnego Mr. Krychy – jest dodatkowo wzmacniana na poziomie brzmieniowym (konieczna jest odpowiednia modulacja słowa „wrażenie”, co w piśmie jest zaznaczane przez reduplikację liter (por. *Prawdziwy potwór wpada do moich ust, robi wraaaaażenie*).

Wiralowość treści poznawczo-edukacyjnych jest uruchamiana w kodzie młodzieżowym także dzięki przewrotnej interpretacji. Na przykład typowa dla nastoletniej kontestacji ironiczna dyspozycja określa znaczenie frazy: *Nowe, nie znałem*, która może występować jako jednostkowy komentarz lub wchodzić w kolekcje typu: *Fizyka? Nowe, nie znałem!*; *Ważenie bez wagi? Nowe, nie znałem*; *Nowe, nie znałem #mecz #realmadryt* (Tiktok.com). Stanowi sygnał udawanego zdziwienia czymś, co w rzeczywistości jest dobrze znane, ale pokazywane jako nowe, a więc budzące uzasadnione „podejrzenia”. Uchwycenie różnicy pomiędzy wypowiedzianym a zamierzonym wpisuje się w dość popularną w dyskursie młodych grę pomiędzy „serio” i „nie-serio”. Dekodowanie jej reguł dla odbiorcy nieznanego ironicznego kodu nadawcy nie jest łatwe, zwłaszcza że wskazane powiedzenie przybiera pozornie formę stwierdzenia, nie zaś drwiącej oceny. Wydaje się, że podobną funkcję – tworzenia skrótowych, ale pojemnych komentarzy-ocen rzeczywistości – pełni frazeologizm *boczne oko*. Jest werbalnym odpowiednikiem spojrzenia z ukosa, znanym ze zdjęć sławnych ludzi, stanowiącym tło do realizacji memicznych. Oznacza w wypowiedziach komentujących zarówno zaskoczenie, zdziwienie, jak i zażenowanie (zob. *boczne oko*, OJiKM).

O ile wskazane wyżej przykłady operują sarkazmem, to mikroteksty o dużym ładunku ekspresywnym, pełniące z kolei funkcję regulacji afektu (6), są nastawione na emotywność jako istotny sygnał autentyczności. Są identyfikowane za pomocą wskaźnika [*to mnie poruszyło*]. Ekspozycja charakterystyczną dla młodych ekstremalność w interpretacji świata. Przykładem tego jest popularne wykrzyknienie: *Ale Kongo!* ‘niewiarygodne wydarzenie, awantura, „niecywilizowane” zachowanie, sensacja, zamieszanie’. Powiedzenie nawiązuje do końcowej frazy z transmisji na żywo (mobilne streamy IRL) dwóch streamerów – Medusy i Frania, którzy stworzyli kanał *Kongo TV* na platformie Twitch (*Kongo TV*). Codziennie aranżowali humorystyczne, kuriozalne sytuacje, odwiedzali miejsce w „warszawskiej dzicy”, zapraszali kontrowersyjnych gości (Malczyk 2022). Wybrane, odpowiednio „mocne” fragmenty nagrań (*shoty*), udostępniane we wszystkich popularnych mediach społecznościowych, przyczyniły się do upowszechnienia frazy, derywowanej wedle jednej z powszechnych zasad. Ekstremalność doświadczenia i ekspozycja silnych emocji, w tym zdumienia, strachu, zaskoczenia bywa bowiem wyrażana za pomocą toponimów, kojarzonych stereotypowo z miejscami uznawanymi za niebezpieczne i „niecywilizowane”, np.: *Ale Meksyk!*; *Ale Sajgon!* *Ale Albania!* oraz przez ekspresywnie nacechowane apelatiwa, np.: *Ale mrozi!* *Ale urwał!* *Ale kwas!* *Ale bambik!* itp. (Miejski.pl).

Do struktur ekspresywnych należą także formy imperatywne w typie: *Dotknij trawy/ Idź, dotknij trawy* jako nowe odpowiedniki zwrotu ‘zejdź na ziemię’. Stanowią „wezwanie” do prawdziwego życia poza internetem, metawersem i fantazją. Stanowią one swoisty model tekstowy dla wielu inwariantów z wymienną formą adresatywną, np. *Dotknij trawy, piwniczaku;* *Dotknij trawy, spoceńcu;* *Dotknij trawy, brachu*. Zapożyczone z anglojęzycznego Twittera (por. *Touch Grass*, w: *Know Your Meme*), zostały spopularyzowane także na polskich stronach, np. Twitter, TikTok oraz YouTube. Ze względu na sensualną metaforę stanowiły też inspirację dla produkcji wielu zabawnych obrazów z motywem dotykania zielonej trawy. Zarówno wersje obrazowe, jak i językowe opierają się na pejoratywnej ocenie osoby, sytuacji lub zjawiska związanego z nieracjonalnym postępowaniem.

Z kolei powiedzenie: *Nie masz psychy* weszło do języka młodzieży na oznaczenie słabego charakteru lub strachu (por. derywat skracający *psycha* ‘psychika’ oraz zwrot *psychy siada* ‘obniżenie nastroju’). Może być przykładem wiralowości o funkcji inspiracyjno-motywacyjnej (7). Stanowi bowiem inspirację do e-zabawy, zapoczątkowanej przez młodych influencerów i opartej na tzw. *challenge’ach*, czyli wyzwaniach (*#psychy challenge/ czelendź*), zachętach do nietypowych zachowań, absurdalnych lub ekstremalnych aktywności. Rekurencja tekstowa (Lapis, Wierzchoń 2003: 31) w ramach

gatunku „wyzwania”, przebiega tu zwykle według modelu: *Nie masz psychy X / Nie masz psychy, żeby X: Nie masz psychy napisać do crasha; Nie masz psychy zrobić tripa do Berlina; Nie masz psychy ustawić TW w nazwie; Nie masz psychy, żeby pocałować Filipa; Nie masz psychy, żeby włożyć rękę do kosza; Nie masz psychy, żeby iść do sklepu w piżamie* itd. (Twitter.com). Te e-zabawy opisywane w literaturze jako nowe i coraz bardziej ekstremalne wcielenia dawnych dziecięcych zachowań ludycznych (por. zabawa „Rozkaz”), nastawionych na przyjemność współuczestnictwa, przyciągnięcie uwagi, ale również na eksperymenty tożsamościowe (wzmocnienie „Ja”) (Szlendak, Olechnicki 2017: 126), są dziś obliczone na zdobycie popularności w wirtualnym świecie, co objawia się dużą liczbą polubień i udostępnień²¹.

Z kolei *Przepraszam, coś się kliknęło* to hasztag zbierający memy, wykorzystujące statusy Facebooka w ramach absurdalnych powiązań znanych postaci, instytucji lub przedmiotów. Im zestawienia te są bardziej wyimaginowane, stereotypowo postrzegane jako odległe i absurdalne (np. Izabela Łęcka z Wokulskim, Robert Lewandowski z Igą Świątek, TVN z Polsatem, a nawet pizza z ananase), tym bardziej komiczny jest przekaz. Warto dodać, że ten wiral został zapoczątkowany przez facebookowe nieporozumienie dwóch znajomych, z których jeden przypadkowo ustawił status: „w związku”, a drugi, zdumiony tym faktem, zapytał: – *Co to ma znaczyć?*²².

Z kolei fraza: *Lekka kraksa można by rzec* w znaczeniu ‘niepowodzenie, nieprzyjemne zdarzenie’ odnosi się do syntetycznej oceny sytuacji, które miały przykre lub humorystyczne konsekwencje. Na portalach społecznościowych są one oznaczane właśnie hasztagiem #lekkakraksamoznaby-rzec. Powiedzenie pochodzi z filmiku rapera Bedoesa, który podczas jednej z transmisji na YouTube tak ironizował na temat uszkodzeń swojego samochodu po stłuczce: *Lekka kraksa – można by rzec, można by rzec, to się wyklepie, można by rzec, lekkie wgniecenie*. Fraza *lekka kraksa można by rzec* lub w wersji skróconej *lekka kraksa* stała się z jednej strony poręcznym tekstem-kluczem do oddziaływania pragmatycznego (pointa, asercja, osąd, żart, kpina itd.), z drugiej – inspiracją do dokumentowania zaskakujących doświadczeń i humorystycznych omyłek (np. *Lekka kraksa można by rzec: 1+ z religii; Lekka kraksa można by rzec: Ogólnie gdzieś zgubiłam karteczkę*

²¹ Youtuber Dominik Rupiński na ramie tekstowej: *Nie masz psychy, żeby...* oparł swój wieloodcinkowy cykl filmowy (<https://www.youtube.com/watch?v=-eFY-24GeXg>).

²² Por. -*Co to ma być? -Przepraszam, coś się kliknęło i nie wiem, co to jest* (<https://obserwatorium-mlodziezy.ujk.edu.pl/wp-admin/post.php?post=2285&action=edit>).

do logowania się na wyniki matur; Lekka kraksa można by rzec: Siedziałam twarzą w twarz z crushem z dzieciństwa i rozmawiałam z jego dziewczyną (pisownia oryginalna, Twitter.com).

4.

Analiza wskazanych wyżej przykładów ilustruje fakt, że wiralowość, występująca w nieoficjalnej komunikacji cyfrowej, należy wiązać z popularną preferencją uczestnictwa młodych ludzi w e-kulturze. Efektem „kultury partycypacji” są nowe, oryginalne wytwory w postaci powiedzeń i skrzydlatych słów. Wirale są z jednej strony tworem wirtualnej interaktywności (aspekt społeczny i poznawczy), z drugiej – elementem „przyjemności funkcjonalnej” (Karol Buhner), która jest przejawem psychologicznych preferencji współczesnego *homo ludens*. Ponadto dobrowolność partycypacji, swoboda komunikacyjna, spontaniczny koncept, zaangażowanie emocjonalne, więźność, nadwyżka semantyczna czynią wirale tekstowe popularną „walutą społeczną”. Chodzi tu nie tylko o możliwość czerpania przyjemności z uczestnictwa we wspólnotowych wydarzeniach komunikacyjnych i odbierania „głasków”, ale o poczucie sprawstwa w odkrywaniu, kreowaniu i poszerzaniu nowych znaczeń. Jak opisano wyżej, formuły wiralowe nie służą bowiem prostemu uzupełnianiu systemu nominatywnego języka czy pomnażaniu zasobu synonimicznego, ale odpowiadają na potrzebę wspólnotowej kreacji konceptualnej. Ten typ kreacji bazuje na strategiach osadzonych w permanentnej karnawalizacji, ludycznym demontażu form i norm, trawestacji czy ironiczno-afektywnym kadrowaniu doświadczanej rzeczywistości. Należy do praktyk nowego – cyfrowego folkloru. Uczestniczyć w nich może każdy w wybranym miejscu i czasie. Jednak uczestnik takiego dyskursu musi posiadać właściwe dyspozycje w zakresie kodowania i dekodowania komizmu w określonym typie, rekapitulacji jakości estetycznych, emocjonalnych i intertekstualnych, podzielenia określonej wizji świata czy wreszcie nabyć umiejętność odczytywania nieredukowalnego naddatku znaczenia, który w pełni odsłania się dopiero na styku wszystkich elementów. Wówczas może „zarażać” i „zarazić się” wiralami.

Literatura

- Austin J.L. (1962): *How to Do Things with Words*. Londyn.
Bachtin M. (1986): *Estetyka twórczości słownej*. Przekład D. Ulicka. Warszawa.
Bartmiński J. (2004/2005): *Pytania o przedmiot językoznawstwa: pojęcia językowego obrazu świata i tekstu w perspektywie polonistyki integralnej*. „Postscriptum Polonistyczne” 1–2 (48–49), s. 114–125.

- Berger J. (2013): *Contagious: Why Things Catch On*. California.
- Bucher H.J. (2015): *Rozumienie multimodalne lub recepcja jako interpretacja. Teoretyczne i empiryczne podstawy systematycznej analizy multimodalności*. [W:] *Lingwistyka mediów. Antologia tłumaczeń*. Red. J. Jarosz, R. Opilowski, P. Staniewski. Wrocław–Drezno, s. 79–112.
- Bucki R. (2019): *Viral. Jak zarażać ideami i tworzyć wirusowe treści*. Warszawa.
- Burkacka I. (2016): *Intertekstualność współczesnej komunikacji. Memy a teksty kultury*. „Poznańskie Studia Językoznawcze” 32, s. 75–91.
- Chlebda W. (2005): *Szkice o skrzydlatych słowach*. Opole.
- Chlebda W. (2018): *Czy mikroteksty mogą być obiektami frazeologii (przekładowej)?* [W:] *Słowo z perspektywy językoznawcy i tłumacza*. T. VII: *Frazeologia z perspektywy językoznawcy i tłumacza*. Red. A. Pstyga. Gdańsk, s. 40–53.
- Deka S. (2006): *O metodzie wyodrębniania skryptów kulturowych i kilku skryptach niemieckich i polskich*. [W:] *Oblicza komunikacji*. Red. I. Kamińska-Szmaj, T. Piekot, M. Zaśko-Zielińska. Wrocław, s. 160–179.
- Dziemidok B. (2011): *O komizmie. Od Arystotelesa do dzisiaj*. Gdańsk.
- EK (2022): *Teksty z TikToka, które zawładnęły aplikacją*, <<https://www.eska.pl/news/teksty-z-tiktoka-ktore-zawladnely-aplikacja-one-zostana-w-twojej-pamieci-na-zawsze-aa-05eu-79BS-HdHq.html>>, dostęp: 23.08.2023.
- Flynn P. (2021): *Superfani. Proste sposoby jak się wyróżnić, wyhodować swoje plemię i odnieść sukces w biznesie*. Przekład A. Rosiak. Warszawa.
- Gołębiowska M. (2021): *Język i działanie. Performatywność słowa według Karola Irzykowskiego*. „Ethos. Kwartalnik Instytutu Jana Pawła II KUL” 34(2), <<https://czasopisma.kul.pl/index.php/ethos/article/view/13423>>, dostęp: 22.10.2023.
- Grabias S. (2003): *Język w zachowaniach społecznych*. Lublin.
- Kaca P. (2021): *Sny z betonu*. Słupsk.
- Kamińska M. (2011): *Nieczne memy. Dwanaście wykładów o kulturze internetu*. Poznań.
- Lapis W., Wierchoń P. (2003): *Rekurencja jako narzędzie do tworzenia segmentów językowych współczesnej polszczyzny*. „Investigationes Linguistica” IX, s. 31–38.
- Lewicki A.M. (2003): *Uwagi o problemie „skrzydlatych słów”*. [W:] *Studia z teorii frazeologii*. Red. A.M. Lewicki. Łask, s. 301–305.
- Maćkiewicz J. (2017): *Badanie mediów multimodalnych – multimodalne badanie mediów*. „Studia Medioznawcze” 2(69), s. 33–42.
- Malczyk M. (2022): *TV Kongo przejmuję polskiego Twicha*, <<https://topinflu.pl/post/1334/kongo-tv-przejmuje-polskiego-twitcha>>, dostęp: 23.11.2023.
- Michalak P., Daszkiewicz D., Musz A. (2009): *Marketing wirusowy w internecie*. Gliwice.
- Pajdzińska A. (2004): *Wielonurtowość współczesnych badań frazeologicznych*. „Poradnik Językowy” 2, s. 27–38.
- Penenberg A. (2008): *Ning’s infinite ambition*. Nowy York.
- Pinet S. (2017): *Diagrammatic thought in medieval literature*. [W:] *Literature and cartography. Theories, histories, genres*. Red. A. Engberg-Pedersen. Cambridge. s. 173–197.
- Skowronek B. (2013): *Mediolingwistyka. Wprowadzenie*. Kraków.
- Subramani R., Rajagopalan B. (2003): *Knowledge-Sharing and Influence in Online Social Networks via Viral Marketing*. „Communications of the ACM” 8(12), s. 300–307.
- Szlendak T., Olechnicki K. (2017): *Nowe praktyki kulturowe Polaków. Megaceremoniały i subświaty*. Warszawa.
- Szpila G. (2003): *Krótko o przysłowiu*. Kraków.
- Walczak M. (2021): *Jak różne generacje korzystają z social mediów?*, <<https://verseo.pl/jak-rozne-generacje-korzystaja-z-social-mediow/#pokolenie-alpha>>, dostęp: 14.09.2023.
- Wileczek A. (2018): *Kod młodości. Młodomowa w kontekstach społeczno-kulturowych*. Warszawa.

- Wileczek A. (2020): *Kod młodzięzy czy kod młodości. Społeczno-kulturowe aspekty mediatyzacji młodomowy*. [W:] *Polszczyzna w dobie cyfryzacji*. Red. A. Hącia, K. Kłosińska, P. Zbróg. Warszawa.
- Wileczek A. (2021): *Współczesna młodomowa. Lingwistyczno-kulturowe konceptualizacje zjawiska*. „Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska. Polonia, Section N – Educatio Nova” 6, s. 185–206.
- Wileczek A. (2022): *Dobre, bo śmieszne... Aksjologiczne aspekty humoru w socjolekcie i komunikacji młodzięzy*. „Roczniki Humanistyczne” LXX, nr 6, s. 179–201.
- Wójcicka M. (2019): *Mem internetowy jako multimodalny gatunek pamięci zbiorowej*. Lublin.
- Wojnowski K. (2017): *Performatywność*. [W:] *Performatyka: teoria*. Red. E. Bal, D. Kosiński. Kraków, s. 171–180.
- Wolańska E. (2007): *Współdziałanie słowa i obrazu w prasie tabloidowej. Ujęcie semiotyczne*. [W:] *Język a komunikacja 17: Język polski XXI wieku: analizy, oceny, perspektywy*. Red. G. Szpila. Kraków, s. 311–325.

Źródła internetowe

- Facebook*, <<https://www.facebook.com/>>, dostęp: 20.12.2023.
- Know Your Meme*, <<https://knowyourmeme.com/>>, dostęp: 20.11.2023.
- Kongo TV*, <https://www.twitch.tv/search?term=kongotv_>, dostęp: 10.10.2023.
- Miejski.pl. Słownik slangu*, <<https://www.miejski.pl/>>, dostęp: 15.09.2023.
- Młodzięzowe Słowo Roku*, <<https://sjp.pwn.pl/mlodzięzowe-slowo-roku/b-Plebiscyt-PWN-Młodzięzowe-Słowo-Roku-b;202298.html>>, dostęp: 09.09.2023.
- Obserwatorium Języka i Kultury Młodzięzy*, <<https://obserwatorium-mlodzięzy.ujk.edu.pl/>>, dostęp: 20.12.2023.
- TikTok*, <<https://www.tiktok.com/pl-PL/>>, dostęp: 13.11.2023.
- Trendownia*, <<https://trendownia.pl/>>, dostęp: 17.11.2023.
- Twitter*, <<https://twitter.com/>>, dostęp: 25.11.2023.
- YouTube*, <<https://www.youtube.com/>>, dostęp: 26.12.2023.

