

# Sprawozdanie z VII Ogólnopolskiej Konferencji Metodologicznej Medioznawców „Memy, czyli życie społeczne w czasach kultury obrazu”, Warszawa, 17–18 listopada 2016

**Amanda Siwek**

**T**radycyjnie w trzecim tygodniu listopada odbyła się Ogólnopolska Konferencja Metodologiczna Medioznawców. Już po raz siódmy Warszawa stała się centrum polskiego medioznawstwa – miejscem spotkania akademików, a także przedstawicieli komercyjnych podmiotów żywo zainteresowanych badaniami mediów. Pierwszego dnia badacze spotkali się na warsztatach metodologicznych, drugi dzień był w całości poświęcony konferencyjnym obradom plenarnym. Tegoroczna edycja nosiła tytuł „Memy, czyli życie społeczne w czasach kultury obrazu” i była dedykowana szeroko rozumianemu pojęciu memu internetowego. Badacze wspólnie zastanawiali się, czym właściwie jest mem internetowy i jak go można zdefiniować. Co go charakteryzuje? Jak odbiorcy patrzą na memy i co na nich widzą? Jakie reakcje wywołują w oglądających te szczególne komunikaty wizualno-werbalne? Czy moda na memy internetowe przeminie? W końcu, jak badać memy, jaką metodologię stosować?

Podczas konferencji zaprezentowano monografię pt. *Gry w komunikacji* wydaną w serii „Media początku XXI wieku” pod redakcją dr. Tomasza Gackowskiego i dr. Karoliny Brylskiej. Publikacja jest po części owocem VI OKMM pt. „Grywalizacja mediów, czyli o zmianach w komunikacji społecznej” i zawiera kilkanaście zróżnicowanych tekstów poświęconych zjawisku grywalizacji. Doroczne monografie,

tematycznie związane z konferencjami, są już tradycją organizatorów – na listopad 2017 r. została zapowiedziana kolejna publikacja.

Warsztaty odbyły się w trzech zróżnicowanych sekcjach, które poprowadziło troje ekspertów. Każdy z nich poruszył problematykę memów w inny sposób, prezentując różnorodne spojrzenia na memy oraz odmienne sposoby badania tych specyficznych materiałów wizualnych. Spotkanie dotyczące analizy okulograficznej poprowadziła dr hab. prof. Uniwersytetu SWPS Izabela Krejtz; analizie etnograficznej zostały poświęcone warsztaty poprowadzone przez dr hab. prof. UW Annę Malewską-Szałygin; o analizie pragmatycznej oraz semantycznej opowiadała dr hab. prof. UŚ Dobrosława Wężowicz-Ziółkowska. Do każdej grupy warsztatowej, biorąc pod uwagę kolejność zgłoszeń, zakwalifikowano po 15 osób, co umożliwiło komfort i efektywność pracy.

Podczas warsztatu poświęconemu analizie okulograficznej uczestnicy mieli okazję poznać główne założenia badań eyetrackingowych, a następnie pod opieką dr hab. Izabeli Krejtz zaprojektowali badanie polegające na analizie statycznego oraz dynamicznego przekazu medialnego. W dalszej części trzygodzinnego warsztatu badacze mediów mieli także okazję zapoznać się z oprogramowaniem Tobii Studio 3.2. oraz przyjrzeć się sposobowi przygotowywania eksperymentu okulograficznego, m.in. procesowi

kalibracji badanego oraz odczytywaniu i pobieraniu wyników z eyetrackera. Członkowie sekcji okulograficznej przeprowadzili również testowe badanie za pomocą eyetrackera stacjonarnego X2 TOBII 60.

W czasie trwania warsztatu dotyczącego analizy etnograficznej zainteresowani poznali najważniejsze zagadnienia związane z przygotowaniem i realizacją tego typu badań. Dowiedzieli się także, jakie trudności i przeszkody może napotkać badacz, chcąc poznać odbiór i funkcjonowanie mediów w różnych grupach zawodowych i społecznych. Uczestnicy warsztatu z pomocą literatury źródłowej poznali sztandarowe przykłady wykorzystania analizy etnograficznej w badaniach nad mediami, a także zastanawiali się nad cechami, które powinien posiadać badacz korzystający z omawianej metody.

Natomiast w czasie obrad ostatniej sekcji prowadząca przedstawiła najważniejsze założenia analizy pragmatycznej i semantycznej, a także zaprezentowała użycie wskazanych metod na przykładzie analizy wybranych przekazów medialnych – zarówno tekstów, jak i materiałów audiowizualnych.

Po zakończeniu obrad uczestnicy w ramach grup, wraz z prowadzącymi warsztaty (łącznie około pięćdziesięciu osób), wzięli udział we wspólnej popołudniowej sesji dyskusyjnej. Podczas spotkania ekspertki przedstawiły pokrótce ustalenia i wnioski, które udało się wypracować w trakcie warsztatów. Profesor Krejtz wskazała zalety badania materiałów wizualnych za pomocą eyetrackera, a uczestnicy warsztatu poświęconego analizie okulograficznej zgodnie przyznali, że jest to innowacyjne rozwiązanie, które w przyszłości będzie coraz popularniejsze wśród akademików. Profesor Malewska-Szałygin przedstawiła metody pracy etnografa – wśród zgromadzonych przeważała opinia, że dają one interesujące wyniki, jednakże wymagają dużych nakładów. Z kolei prof. Wężowicz-Ziółkowska przywołała koncepcję memu wywodzącego się od genu, co wywo-

łało żywą dyskusję będącą próbą wypracowania spójnej definicji „memu internetowego”. W czasie wspólnych obrad każdy z uczestników konferencji mógł zgłosić swoje postulaty, wnioski bądź pytania dotyczące analizowanego tematu, eksperci zaś obszernie i merytorycznie odpowiadali na zapytania, starając się rozwiewać wszelkie wątpliwości. Prawie dwugodzinna swobodna dyskusja służyła wymianie poglądów i doświadczeń przedstawiciele różnych krajowych uczelni, była także przeglądem najważniejszych trendów i koncepcji wypracowanych przez środowisko medioznawców. Rokrocznie ta część konferencji jest uważana za jedną z najważniejszych i najbardziej rozwijających.

Zwieńczeniem pierwszego dnia VII OKMM była prezentacja Laboratorium Badań Medioznawczych UW.

Drugi dzień konferencji metodologicznej medioznawców to – zgodnie z tradycją – obrady plenarne, w czasie których wygłoszono 21 referatów. Dr Gackowski i dr Brylska, witając uczestników i prezentując program konferencji, wskazali na wyjątkową spójność formalną i tematyczną wystąpień. Większość z nich została poświęcona prezentacji studiów przypadków oraz wyników autorskich, niejednokrotnie nowatorskich, badań. Kilka wystąpień miało charakter bardziej teoretyczny, dotyczyło rozważań na temat istoty memów internetowych, ich odbioru, a także podejmowało próbę konstrukcji definicji samego pojęcia memu oraz przypatrywało się towarzyszącym mu zjawiskom. Wygłoszone referaty w dużej mierze skupiały się na analizie określonej tematycznie grupy memów internetowych – ich wydziwisku, możliwych sposobów odczytania, symboliki i konotacji jakie ze sobą niosą. Część prelegentów odniosła się w swoich wystąpieniach także do umiejscowienia memów w internecie i mediach społecznościowych oraz ich oddziaływania w wybranych grupach zawodowych lub społecznych. Z uwagi na mnogość tematów podejmowanych przez prelegentów nie sposób

omówić w tym miejscu wszystkich wystąpień, jednakże warto zwrócić szczególną uwagę na niektóre z nich.

Otwierający obrady plenarne referat prof. dr hab. Marii Marczewskiej-Rytko dotyczył przedstawienia referendum ogólnokrajowego w memach. Uczona w czasie swojego wystąpienia zadała kilka istotnych pytań, między innymi: czy memy wpisały się w dyskurs medialny – a szerzej społeczny – na temat referendum?; czy memy internetowe podjęły główne wątki dyskursu medialnego, a jeśli tak – w jaki sposób to uczyniły?; jakie elementy dyskursu były eksponowane, a jakie pomijane? Badanie prof. Marczewskiej-Rytko było oparte o cztery kryteria: powód zarządzenia referendum, treść pytań referendalnych, koszt przeprowadzenia referendum oraz frekwencja. Jeśli chodzi o pierwsze kryterium – badaczka podkreśliła, że zdaniem twórców memów referendum wynikało z pobudek emocjonalnych wynikających z porażki Bronisława Komorowskiego w I turze wyborów prezydenckich. W przypadku samej treści pytań referendalnych uczona wskazała na ich niezrozumiałość dla przeciętnego obywatela, którą wielokrotnie podnoszono w dyskursie, a także przywołała – niejednokrotnie ironicznie – propozycje rozszerzenia katalogu pytań przez twórców memów.

Z kolei prof. dr hab. Grażyna Habrajska poruszyła kwestię recepcji memów przez młodych odbiorców tego typu treści. Badaczka przyjęła perspektywę formalną, przedstawiła istotę memów oraz zjawisk z nimi związanych. Profesor Habrajska zestawiała pojęcie memu z pojęciem dyskursu, przyjmując, że mem jako specyficzny komunikat wizualny stanowi element dyskursu publicystycznego oraz dyskursu humorystycznego. Badaczka wskazywała, że na zrozumienie memu wpływają cztery czynniki: zrozumienie ogólnego tła komunikatu; znajomość konkretnej sytuacji, do której się odwołuje; rozpoznanie argumentacji oraz rozpoznanie celu komunikacyjnego. Na podstawie eksperymentu przeprowadzonego na studentach w drugiej części

swojego wystąpienia badaczka wskazywała, że młodzi ludzie nierzadko nie rozumieją przekazu tak lubianych przez siebie memów.

Dr Jan Zając oraz Filip Cyprowski – z firmy Sotrender – przedstawili memy jako część kultury obrazu w mediach społecznościowych. Swoje wystąpienie oparli o dane ilościowe. Prelegenci wskazali, że memy internetowe są w Polsce niezwykle popularne, prezentując przy tym wyniki najbardziej rozpoznawalnych serwisów agregujących tego typu treści w mediach społecznościowych. Wykazali także, że portale publikujące memy są niezwykle angażujące – niejednokrotnie dużo bardziej niż największe media w Polsce. Referenci wskazali również najpopularniejsze formy i tematy podejmowane przez memy. W ostatnich latach w polskich serwisach agregujących memy królowały te, które poruszały tematy sportowe, a także stosunkowo proste grafiki stanowiące swoisty komentarz do życia codziennego. Przykładowo, jednym z najpopularniejszych memów był obrazek odnoszący się do problemów osób leworęcznych.

Sporą grupę stanowiły wystąpienia skupiające się na określonej tematyce prezentowanej w memach – zbadano m.in. materiały wizualne dotyczące programu Rodzina 500 plus, wolnomularstwa czy samego internetu. Wygłoszono również referaty odnoszące się do językowego aspektu memów, do ich rozumienia, a także skupiające się na intertekstualności – przykładowo dokonano analizy korelacji między memami a okładkami wydawnictw muzycznych.

Zamykający obrady plenarne dr Gackowski oraz dr Brylska zaprezentowali wykorzystanie memów do celów krytyki politycznej, odnosząc się do zjawiska karnawalizacji polityki. Badacze wskazali główne funkcje memów: generowanie praktyk społecznych, wytwarzanie więzi oraz przełamywanie tabu lub norm. Dr Gackowski i dr Brylska zaprezentowali trzy główne grupy memów politycznych, wraz z licznymi egzemplifikacjami. Pierwszą grupę stanowiły memy osobowe służące hagiografii i mitologizacji, m.in. wykorzystujące konotacje związa-

ne z postaciami historycznymi lub bohaterami popkultury; drugą grupę – memy osobowe służące demitologizacji, opierające się m.in. na satyrze i hiperbolizacji; trzecią – memy poświęcone samemu procesowi wyborczemu. Autorzy referatu przedstawili także możliwy sposób badania memów internetowych, który opiera się na konieczności dogłębnej analizy nie tylko całości komunikatu, ale także jego poszczególnych elementów.

Główna wartość dwudniowego spotkania medioznawców to bez wątpienia swobodna wymiana myśli, wniosków i postulatów nie tylko w zakresie omawianych zjawisk społecznych, ale także w zakresie metodologii badania tych zjawisk. Duże znaczenie ma także konfrontacja założeń badawczych, która podczas VII Ogólnopolskiej Konferencji Metodologicznej Medioznawców przebiegała w wyjątkowo licznym gronie. Niezmiernie cieszy fakt, że niemalże po każdym konferencyjnym wystąpieniu pojawiały się pytania, nowe spojrzenia na analizowane zjawisko oraz postulaty dalszych badań. Dużym zainteresowaniem cieszyły się także zagadnienia związane z metodologią badań nad memami internetowymi, co wskazuje na zainteresowanie i chęć pogłębiania badań akademików nad tą materią. Kolejna, VIII Ogólnopolska Konferencja Metodologiczna Medioznawców, zatytułowana „Komunikowanie w świecie aplikacji”, odbędzie się w dniach 16–17 listopada 2017 r. Konferencji będą towarzyszyć warsztaty tematyczne, szczegóły wydarzenia zostaną zamieszczone na stronie [www.konferencjemedioznawcze.pl](http://www.konferencjemedioznawcze.pl).

### **Lista referatów wygłoszonych podczas VII OKMM**

- Prof. dr hab. Maria Marczewska-Rytko (Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie) *Referendum ogólnokrajowe w memach*
- Prof. dr hab. Grażyna Habrajska (Uniwersytet Łódzki) *Czy młodzi ludzie rozumieją, co przekazują memy?*
- Dr Magdalena Mateja (Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu) *Marta Frej – „matka” memów*
- Mgr Bogna Kociołowicz-Wiśniewska (Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu) *Krew i honor.jpg, czyli o memach w świecie środowisk nacjonalistycznych*
- Dr Joanna Dobosiewicz (Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu) *Aspekt temporalny w memach*
- Dr Łukasz Przybysz (Uniwersytet Warszawski) *Afera Volkswagena w memach w USA, Niemczech i Polsce*
- Dr Marcin Kowalczyk (Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie) *Charakterystyka e-usług zorientowanych na użytkownika (user-centric e-services) – analiza wybranych zastosowań typu eGov 2.0*
- Dr Patryk Gałuszka (Uniwersytet Łódzki) *Okladki wydawnictw muzycznych jako źródło memów internetowych*
- Dr Monika Kaczmarek-Śliwińska (Politechnika Koszalińska) *Polityczne memy internetowe jako element kultury uczestnictwa*
- Mgr Agata Kostrzewa (Uniwersytet Warszawski) *Pińcet złotych na dzieciaka, czyli o memach związanych z programem Rodzina 500 plus*
- Mgr Mateusz Patera (Uniwersytet Warszawski) *Czy to tylko dobry żart? Memy internetowe w obliczu wyborów parlamentarnych w 2015 r.*
- Mgr Mateusz Bartoszewicz (Uniwersytet Wrocławski) *Walka propagandowa na posty. Analiza zawartości postów publikowanych na profilach Facebookowych Platformy Obywatelskiej oraz Prawa i Sprawiedliwości*
- Joanna Gieda (Uniwersytet Szczeciński) *Humor i karnawalizacja w rosyjskich memach politycznych*
- Dr Katarzyna Błęszyńska (Uniwersytet Warszawski) *Mem jako przejaw działalności twórczej – analiza praktyczna na podstawie ograniczeń praw autorskich*
- Mgr Agnieszka Całek (Uniwersytet Jagiello-

- łoński) *Memy jako przykład twórczości oddolnej w opowieściach transmedialnych budowanych na motywach historycznych. Przypadek powstania warszawskiego i żołnierzy wyklętych*
- Dr Jan Zając (Uniwersytet Warszawski / Sotrender), Filip Cyprowski (Sotrender) *Memy i kultura obrazu w mediach społecznościowych – badania oparte o dane zastane o zachowaniu*
  - Mgr Katarzyna Rosiak (Uniwersytet Warszawski) *Analiza polskich memów dotyczących wolnomularstwa*
  - Maria Rajchert, Katarzyna Piórecka (Uniwersytet Warszawski, Laboratorium Badań Medioznawczych) *Brangelina w memach – fenomen najsłynniejszej pary świata*
  - Radosław Prachnio (Uniwersytet Warszawski, Laboratorium Badań Medioznawczych) *„Najlepsze memy po...” – memy na portalach informacyjnych jako wzbogacenie przekazu czy brak profesjonalizmu?*
  - Anita Kwiatkowska, Marlena Szyber (Uniwersytet Warszawski, Laboratorium Badań Medioznawczych) *Memy w internecie. Internet w memach*
  - Dr Karolina Brylska, dr Tomasz Gackowski (Uniwersytet Warszawski) *Krytyka polityczna w memach internetowych*