


Jolanta Kokoszka

Koło Naukowe Infologów

Instytut Nauk o Kulturze

Uniwersytet Śląski w Katowicach

e-mail: j.a.kokoszka@o2.pl

 <https://orcid.org/0000-0001-7390-5992>

[Memy internetowe na stronach *Classical Art Memes* i *Sztuczne Fiołki* w opinii użytkowników portalu Facebook

DOI: <https://doi.org/10.18778/0860-7435.32.04>

Abstrakt: Omówiono wyniki badania ankietowego przeprowadzonego od 5 do 9 maja 2020 roku wśród 178 członków trzech grup na Facebooku: *Sekcja Estetyczna*, *Dictator of good taste* i *Jak będzie na płótnie?* Celem przeprowadzonej ankiety było zanalizowanie znajomości wśród internautów dwóch stron na Facebooku – *Classical Art Memes* oraz *Sztuczne Fiołki*. Pytania zawarte w ankiecie miały na celu określenie jak często użytkownicy odwiedzają strony, komentują treści, udostępniają posty publikowane na stronach, ale również czy identyfikują autorów obrazów oraz jak oceniają treści na stronach. Przeprowadzone badanie miało wskazać zainteresowanie internautów memami oraz udzielić odpowiedzi na kluczowe dla badania pytania – Jaki jest odbiór memów opracowanych na podstawie dzieł sztuki? oraz Czy mogą się one stać elementem edukacji artystycznej?

Słowa kluczowe: *Classical Art Memes*, Malarstwo, Mem, Mem internetowy, *Sztuczne Fiołki*

Wstęp

Użytkownicy korzystający w XXI wieku z Internetu są w stanie własnymi słowami zdefiniować czym jest mem. Definicje będą się jednak różniły od siebie, ponieważ każdy internauta ogląda inne memy, ma inne poglądy oraz odmienne zainteresowania. W polskich słownikach wydanych na początku XXI stulecia, takich jak: *Słownik pojęć i tekstów kultury* Ewy Szczęsnej (Szczęsna, 2002), *Uniwersalny słownik języka polskiego* Stanisława Dubisza (Dubisz, 2003) czy *Słownik terminologii medialnej* Walerego Pisarka (Pisarek, 2006) nie można było jeszcze odnaleźć definicji memu, choć został on scharakteryzowany przez Richarda Dawkinsa w 1976 roku.

To właśnie za sprawą brytyjskiego ewolucjonisty pojęcie memu znalazło się w obiegu naukowym. W swojej publikacji *The Selfish Gene* (Oxford, 1976; wyd. pol. *Samolubny gen*, Warszawa, 1996) na przykładzie genu zaprezentował przykład replikatora (Replikator, 2020) – samopowielającej się struktury, która jest podobna do rozprzestrzeniających się memów.

W następnych latach powstawały nowe interpretacje terminu „mem”. Według Henry’ego Plotkina „mem jest analogiczną do genu jednostką spuścizny kulturowej, wewnętrzną reprezentacją wiedzy” (Brodie, 1997, s. 25). Kognitywną definicję przedstawił Daniel Dennett uważając, że „mem jest złożonym pojęciem przybierającym charakterystyczną, łatwą do zapamiętania postać” (Brodie, 1997, s. 27). Richard Brodie dokonał syntezy obu definicji i sformułował własną interpretację opisującą mem jako „zwartą w umyśle jednostkę informacji, która wpływając na przebieg określonych wydarzeń, przyczynia się do powstawania swoich kopii w umysłach” (Brodie, 1997, s. 29). Susan Blackmore zdefiniowała z kolei memy jako „zachowania i idee powielane między ludźmi na drodze naśladownictwa” (Borkowski & Nowak, 2009, s. 175), a według Henrika Bjarneskansa, Bjarne Grönnevik i Andersa Sandberga „mem to informacyjna struktura kognitywna, zdolna do replikacji za pośrednictwem ludzi jako nosicieli (hostów) oraz do wywierania wpływu na ich zachowanie w celu autoreplikacji” (Bjarneskans i in., 2009, s. 67). W obiegu naukowym funkcjonuje nie tylko pojęcie memu, ale też memu internetowego, definiowanego jako reprezentacja pojęcia bądź idei przedstawiona w różnej formie (fotografii, wiadomości, pliku wideo) (Sroka, 2014).

Pojęcie memu nadal ewoluuje, dlatego analizuje je wielu badaczy reprezentujących różne dziedziny nauki, a większość naukowców opiera swoje definicje na biologicznej definicji memu – genu. Zjawisko memów i memów internetowych w ostatnich latach na polskim gruncie naukowym badali m.in. Magdalena Kamińska (Kamińska, 2011), Magdalena Wołoszyn (Wołoszyn, 2019), Wiktor Kołowiecki (Kołowiecki, 2012), Adam Walkiewicz (Walkiewicz, 2012), Joanna Pastuszka-Roczek (Pastuszka-Roczek, 2014), Krzysztof Piskorz (Piskorz, 2013) i inni. Memy są przedmiotem rozważań choćby przedstawicieli nauk huma-

nistycznych czy społecznych. W 2020 roku ukazał się nawet stan badań tego typu zagadnień (Kokoszka, 2020). Badacze memów poruszają tematykę z perspektywy różnych dziedzin nauki, w zależności od tego analizowane są memy w kontekście tekstów kultury, tworzenia cyberkultury, postaw użytkowników i ich reakcji na nie, ale również kultury uczestnictwa, słów używanych w memach oraz wpływu memów na kulturę (Kokoszka, 2020).

Każdy z naukowców definiuje memy w inny sposób. Mem, jako zjawisko kulturowe, jest informacją lub abstrakcją, która rozprzestrzenia się w wirusowy sposób w umysłach ludzi. Terminem „mem” można określić wiele rzeczy, np. posiadanie telefonów, telewizorów, komputerów. Są to również konkretne idee przedstawiane przez polityków w mediach czy wartości wpajane przez rodziców swoim dzieciom, jak patriotyzm, religijność, dobre wychowanie. Każda z wymienionych rzeczy, czynności lub cech wpasowuje się w ogólną definicję memu.

Replikacja oraz reprodukcja memów postępuje w zawrotnym tempie. Naukowcy badający memy oraz zajmujący się memetyką¹ nie są w stanie opisać wszystkich ich rodzajów oraz form. Codziennie w Internecie powstaje wiele nowych memów dotyczących aktualnych wydarzeń w kraju lub na świecie, ponadto mogą nimi być stare filmiki, zdjęcia, teksty itp., które nabierają nowego znaczenia i użytkownicy udostępniają je w postaci przeróbek, czyli kolejnych memów.

Na przestrzeni lat pojawiły się w sieci memy odmiennych typów, wykorzystywane do przedstawiania odmiennych rodzajów informacji i tworzone w odmienny sposób. Wśród tych najbardziej znanych należy wymienić emotikony, komiksowe postacie, LOLcaty, Advice Animals, „memowe wojny”, pasty, image macro, rage comics i wiele innych memów stanowiących osobne kategorie. W sieci można także zauważyć memy tworzone na podstawie dzieł sztuki. Grono odbiorców tego typu memów nie jest szerokie (świadczy o tym choćby niewielka liczba polubień stron publikujących tego typu memy). Autorzy takich memów korzystają z dzieł malarskich publikowanych na zasadach open source, tematyka wykorzystywanych obrazów jest różnorodna, a w celu zwiększenia listy odbiorców tworzą profile w mediach społecznościowych, w tym na portalu Facebook.

Ten właśnie rodzaj memów stał się podstawą badania przeprowadzonego między 5 a 9 maja 2020 roku wśród użytkowników wspomnianej platformy społecznościowej. Celem artykułu stało się poznanie opinii użytkowników portalu Facebook na temat memów tworzonych na podstawie dzieł sztuki,

¹ Memetyka bada zjawisko memów, czyli ich replikację, rozwój na przestrzeni czasu oraz rozpowszechnianie wśród użytkowników. Francis Heylighen definiuje memetykę następująco: „memetyka – nauka, która teoretycznie i empirycznie bada procesy replikacji, rozprzestrzeniania się i ewolucji memów”. (Heylighen, 2009, s. 27).

publikowanych na dwóch wybranych stronach: *Sztuczne Fiolki* oraz *Classical Art Memes*. Poza ogólną oceną stron, szukano odpowiedzi na pytania: Czym są memy dla odbiorców? Czy prowadzą oni dalsze poszukiwania dotyczące dzieł sztuki, na podstawie których opracowane zostały memy? Innymi słowy – chciano sprawdzić, czy memy są jedynie źródłem rozrywki czy też służą edukacji artystycznej ich użytkowników. Według definicji mema oraz mema internetowego służą one celom rozrywkowym.

Metodologia badań

Chcąc ustalić w jaki sposób internauci odbierają memy, przeprowadzono badanie ankietowe, by ustalić percepcję memów internetowych, opracowanych na podstawie dzieł sztuki malarskiej wśród członków sprofilowanych grup na Facebooku: *Sekcja Estetyczna* (Sekcja estetyczna)², *Dictator of good taste* (Dictator of good taste)³ oraz *Jak będzie na płótnie?* (Jak będzie na płótnie?)⁴. Każda z nich charakteryzuje się powiązaniem z szeroko pojętą sztuką. Członkowie są jej znawcami, często absolwentami szkół artystycznych. Badaniem ankietowym objęto odbiorców stron, pytano o znajomość memów zamieszczanych na stronach *Sztuczne Fiolki*⁵ (*Sztuczne Fiolki*) oraz *Classical Art Memes*⁶ (*Classical Art Memes*). Na stronach tych publikowane są memy opracowane na podstawie

² *Sekcja Estetyczna* to grupa założona w 2015 r. zrzeszająca ponad 25 000 członków. Treści udostępniane w grupie wpisują się w ogólnie przyjęte zasady estetyki. Pojawiają się tam takie treści jak: obrazy, zdjęcia znanych autorów lub przedstawiające celebrytów oraz krajobrazy i wiele podobnych.

³ *Dictator of good taste* to grupa istniejąca na Facebooku od 2014 r. Liczy ponad 6300 członków. Treści udostępniane w grupie to wizerunki budynków, celebrytów, obrazów i rzeźb. Na stronie pojawiają się również memy oraz częste interakcje między użytkownikami dotyczące „ładnych” miejsc lub rzeczy, które mogą sobie wzajemnie polecić.

⁴ *Jak będzie na płótnie?* istnieje od 2017 r. i zrzesza ponad 13 500 użytkowników. W grupie użytkownicy udostępniają różnego rodzaju obrazy artystów wraz z informacjami o nazwie obrazu, malarzu i latach, w których żył lub kiedy dzieło powstało.

⁵ *Sztuczne Fiolki* to fanpage na Facebooku istniejący od wiosny 2012 roku. Od początku istnienia strony zgromadziła ona grupę odbiorców liczącą 224 138 osób (stan na dzień 15.06.2021). Twórca treści na stronie jest nauczycielem języka angielskiego natomiast jego tożsamość pozostaje anonimowa. Memy publikowane na stronie charakteryzują się odniesieniami do polityki oraz życia codziennego, większość publikowanych dzieł sztuki posiada w opisie informacje dotyczącą autora dzieła oraz lat jego życia.

⁶ *Classical Art Memes* to fanpage na Facebooku, publikujący memy oraz specyficzny rodzaj tworzenia memów tworzonych na podstawie dzieł sztuki. Badaniu została poddana strona na portalu Facebook. Fanpage istnieje od 31 sierpnia 2014 roku i od początku działalności zdobył ponad 5,3 miliona polubień (stan na dzień 15.06.2021). Autor lub autorzy strony nie są znani. Memy publikowane na fanpage’u oznaczone są znakiem wodnym z nazwą strony. Twórcy strony nie podają w opisie informacji na temat autora dzieła czy daty pochodzenia obrazu.

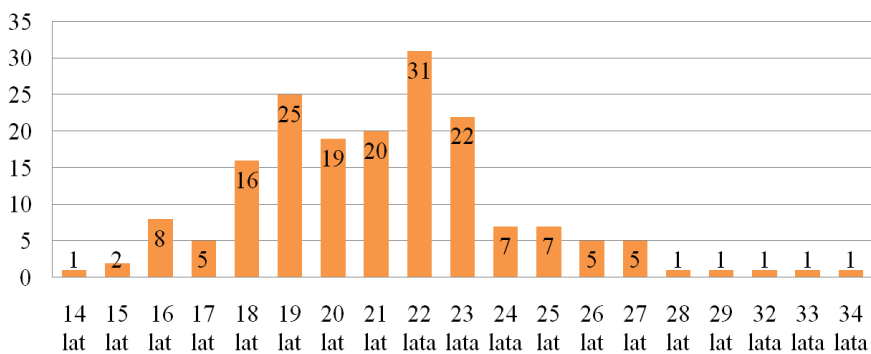
obrazów. Ich tematyka jest różnorodna, skupia się na wydarzeniach w kraju, życiu codziennym użytkowników, ale pojawiają się również treści mające na celu rozbawienie użytkownika. W przypadku strony *Classical Art Memes* autorzy często dodają w opisie jakąś uwagę bądź zabawny tekst, natomiast na stronie *Sztuczne Fiolki* autor, udostępniając mem, dodaje też informację na temat autora obrazu oraz lat jego życia. Najczęściej pojawiają się obrazy takich artystów jak: Edward Hopper (1882–1967), Jean-Édouard Vuillard (1868–1940), Tamara de Lempicka (1898–1980) oraz Félix Vallotton (1865–1925). Do badania wybrano strony, które nie zostały wcześniej poddane analizie porównawczej oraz zbadane w kontekście odbioru treści publikowanych na stronach przez użytkowników portalu Facebook.

Ankiętę przeprowadzono w formie internetowego kwestionariusza ankiety, dzięki narzędziu Formularze Google (Zob. formularz ankiety w Aneksie).

W ankiecie znalazło się 29 pytań. Zostały one podzielone na trzy główne sekcje tematyczne: pytania ogólne, znajomość wśród respondentów strony *Sztuczne Fiolki*, znajomość strony *Classical Art Memes*. W badaniu wzięło udział 178 respondentów. Kobiety stanowiły 85,4% ankietowanych, natomiast mężczyźni 14,6%.

Ankiętę wypełniły osoby młode, mające od 14 do 34 lat (Ryc. 1). Najliczniejszą wiekowo grupą byli 22-latkowie, którzy wypełnili 31 ankiet (17,4%), po jednej ankiecie odesłały osoby mające 14, 28, 29, 32, 33 i 34 lata, (stanowiące po 0,6% wszystkich respondentów). Należy podkreślić, że pytani w wieku od 19 do 23 lat stanowili aż 65,7% wszystkich ankietowanych.

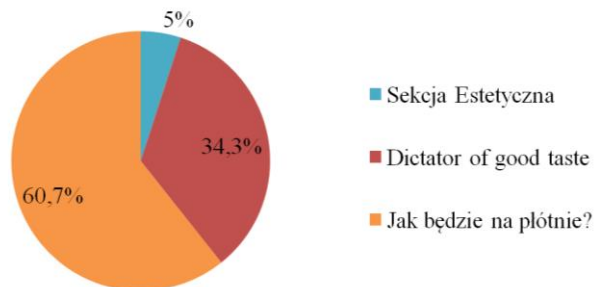
Ryc. 1. Wiek respondentów



Źródło: opracowanie własne

Najwięcej odpowiedzi – 108 – udzielili członkowie *Jak będzie na płótnie?* (60,7%), następnie *Dictator of good taste* – 61 (34,3%), a najmniej z *Sekcji Estetycznej* – 9 (5%) (Ryc. 2). Członkowie pierwszej z grup wykazali największą aktywność w wypełnianiu ankiet ze względu na to, że tematyka badania była zbliżona do tej, jaka jest poruszana w grupie.

Ryc. 2. Przynależność respondentów do grup facebookowych

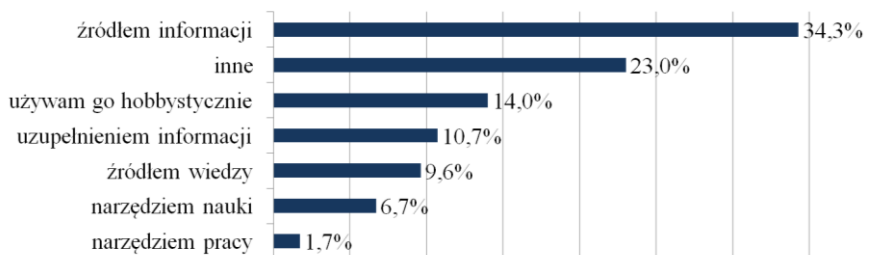


Źródło: opracowanie własne

Internet i memy internetowe w opinii ankietowanych

Pytania ogólne na początku ankiety miały na celu zbadanie sposobów użytkowania sieci przez uczestników sondażu i stopień znajomości przez nich pojęcia memu oraz platform, na których memy są udostępniane. W pytaniu pierwszym „Czym dla Pani/Pana jest internet?” zasugerowano odpowiedzi: „źródłem informacji, źródłem wiedzy, uzupełnieniem informacji, używam go hobbystycznie, narzędziem pracy, narzędziem nauki”, dając też możliwość wskazania innych form (Ryc. 3). I tak, 34,3% respondentów określiło, że internet jest dla nich źródłem informacji. Spośród 23% osób, które zaznaczyły opcję „inne”, respondenci dopisywali swoje odpowiedzi, często łącząc ze sobą zaproponowane w kafeterii opcje, przeważały takie, dla których internet jest źródłem informacji oraz wiedzy, uzupełnieniem informacji, swego rodzaju hobby, a często także narzędziem nauki i pracy. Z punktu widzenia przedmiotu badania ważne jest odnotowanie, że 14% osób używa internetu hobbystycznie, 10,7% uznaje go za narzędzie uzupełniające informacje, 9,6% - określa internet jako źródło wiedzy, dla 6,7% jest narzędziem nauki, a jedynie dla 1,7% jest pomocą w pracy (to może wynikać z młodego wieku pytanych).

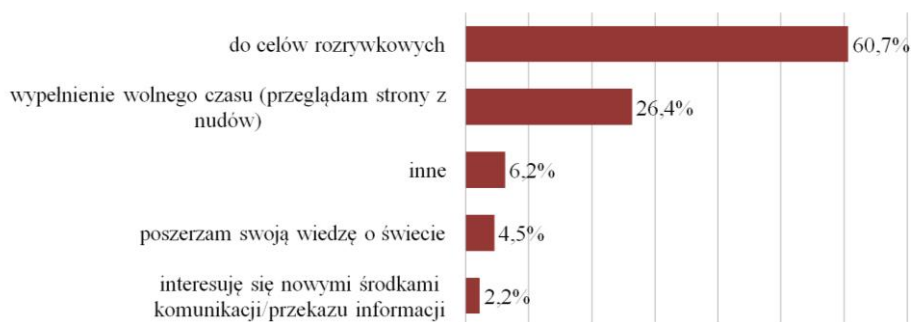
Ryc. 3. Sposoby wykorzystywania internetu przez respondentów



Źródło: opracowanie własne

Na pytanie „Czy ogląda Pani/Pan memy?” ankietowani jednogłośnie stwierdzili, że tak. Następnie zostali poproszeni o odpowiedź, dlaczego oglądają memy w sieci. Wyniki tej części badania potwierdzają obiegowe opinie, a mianowicie 60,7% respondentów stwierdziło, że jest to dla nich rozrywka, a dla 26,4% wypełnienie wolnego czasu (Ryc 4). Tak więc przeglądanie memów wiąże się dla łącznie 87,1% przebadanych przede wszystkim z zabawą.

Ryc. 4. Powody oglądania memów przez respondentów



Źródło: opracowanie własne

W następnych dwóch pytaniach respondenci mogli zaznaczyć kilka z podanych odpowiedzi i dodać swoje propozycje. Pytanie czwarte wynikało z wcześniejszego, dotyczącego oglądania przez ankietowanych memów. Odnosiło się do oglądania przez respondentów memów w celach rozrywkowych na portalach ogólnoinformacyjnych. Pomimo iż w pytaniu trzecim 12,9% zadeklarowało, że ogląda je z przesłanek innych niż zabawowe, na pytanie kolejne

odpowiedziało 96,63% respondentów. Dowodzi to, że dla niemal wszystkich pytanymy memy są źródłem rozrywkowego spędzania czasu. Zdecydowana większość – 85,5% ankietowanych – odpowiedziała, że nie korzysta z portali ogólnoinformacyjnych poszukując memów, co potwierdza, że respondenci docierają do nich poprzez dedykowane serwisy. Pozostała część – 14,5% – wymieniła własne propozycje lub zakresliła proponowane podpowiedzi (Tabela 1 – wytłuszczenie).

Tab. 1. Wykaz portali ogólnoinformacyjnych, z których najczęściej korzystali respondenci

Lp.	Nazwa strony	Liczba odpowiedzi
1.	wyborcza.pl	9
2.	Polityka	8
3.	Newsweek Polska	6
4.	Onet	5
5.	donald.pl	3
6.	Interia	2

Źródło: opracowanie własne

Jeśli już ankietowani przeglądają memy na stronach ogólnoinformacyjnych, to są to zazwyczaj *wyborcza.pl* (9 osób), *Polityka* (8 osób), *Newsweek Polska* (6 osób) oraz *Onet* (5 osób). Pozostałe portale były wskazywane nie częściej niż 3 razy. Na uwagę zasługuje fakt, że wśród propozycji internautów znalazły się takie, które nie wpisują się w definicję portalu ogólnoinformacyjnego (np. *kwejk.pl*, *donald.pl* czy Facebook).

Kolejne pytanie miało formę podobną do poprzedniego, a dotyczyło korzystania przez internautów ze stron specjalizujących się w tworzeniu i udostępnianiu memów. Co zaskakujące, 61,8% ankietowanych odpowiedziało, że nie korzysta z portali tego typu. Wśród 38,2% sondażowanych, którzy potwierdzili użytkowanie specjalistycznych serwisów, najczęściej wymieniane były *kwejk.pl* (27), *Demotywatory* (21) oraz *Jeb z dzidy* (*jbzd.com.pl*) (20). Wskazania pozostałych 18 serwisów nie przekroczyły 10 powtórzeń (Tabela 2, czcionką pogrubioną zaznaczono nazwy serwisów, które podpowiedziano w ankiecie)⁷.

⁷ Pojawily się i takie wypowiedzi: fanpage na Facebooku, różne profile na portalu Instagram, grupy tematyczne na Facebooku oraz *Tygodnik NIE*.

Tab. 2. Wykaz portali specjalizujących się w tworzeniu memów, z których korzystali respondenci

Lp.	Nazwa strony	Liczba odpowiedzi
1.	kwejk.pl	27
2.	Demotywatory	21
3.	Jeb z dzidy (jebzd.com.pl)	20
4.	besty.pl	7
5.	9GAG	6
6.	Reddit	5
7.	wykop.pl	3
8.	Vogule Poland	3
9.	Wiocha	2
10.	Imgur	2

Źródło: opracowanie własne

Przystępując do stworzenia ankiety badający zdawali sobie sprawę, że memy są przede wszystkim źródłem rozrywki, ale z uwagi na podjęty w pracy temat, postanowiono zapytać internautów „Czy ma Pani/Pan świadomość, że memy mogą być źródłem informacji na temat dzieł sztuki?”. Okazało się, że 91,6% respondentów odpowiedziało twierdząco.

Podsumowując pierwszą grupę pytań można wnioskować, że dla sporej części ankietowanych internet jest przede wszystkim źródłem informacji używanym też hobbystycznie. Każdy z badanych przegląda memy internetowe, a głównym powodem, dla którego to robią, są cele rozrywkowe, ale również wypełnienie wolnego czasu. Zdecydowana większość ankietowanych nie korzysta z memów umieszczanych na portalach ogólnoinformacyjnych, ale i ci, którzy oglądają je na portalach specjalizujących się w tworzeniu memów, nie są grupą dominującą. Trzeba podkreślić, że część ankietowanych korzysta równocześnie z kilku serwisów oferujących memy, np. z *Demotywatorów* i *kwejk.pl*.

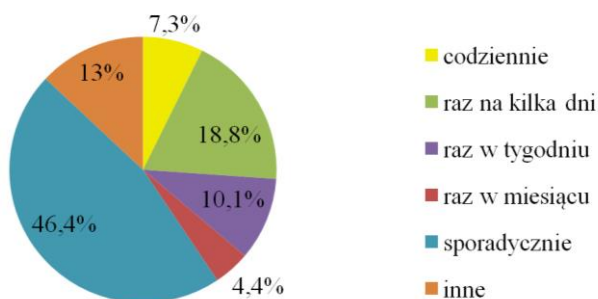
Sztuczne Fiołki w opinii ankietowanych

Drugą grupą pytań były te dotyczące znajomości strony *Sztuczne Fiołki*. Wyodrębniona grupa zawierała 9 zagadnień. Wśród wszystkich 178 respondentów 69 osób (stanowiących 38,8% wszystkich zapytanych) znalazła wskazaną stronę. Pozostała część, 109 ankietowanych (61,2%), nie znalazła jej, dlatego została przekierowana do następczej części badania.

Tak więc 69 internautów znających stronę *Sztuczne Fiołki* w tej części analizy ankiety należy potraktować jako całość. Pierwsze pytanie dotyczące polskiej

strony zamieszczającej memy o charakterze artystycznym dotyczyło częstotliwości odwiedzania profilu: „Jak często odwiedza Pani/Pan fanpage *Sztuczne Fiolki* na Facebooku?” Pytanie miało charakter zamknięty jednokrotnego wyboru. Okazało się, że 46,4%, a więc niemal połowa, zagląda na nią sporadycznie, a 4,4% raz w miesiącu (Ryc. 5). Oznacza to, że połowa przebadanych w tej części ankiety korzysta ze *Sztucznych Fiolków* jedynie okazjonalnie. Oglądających serwis codziennie było zaledwie 7,3%, a 18,8% raz na kilka dni wchodzi na stronę. Wśród odpowiedzi „inne” najczęściej pojawiły się takie, jak: „wcale nie zaglądałam” lub „przeglądałam tylko treści, które pojawiają się na ich Facebookowej tablicy w aktualnościach”.

Ryc. 5. Częstotliwość odwiedzin fanpage’a *Sztuczne Fiolki* na Facebooku

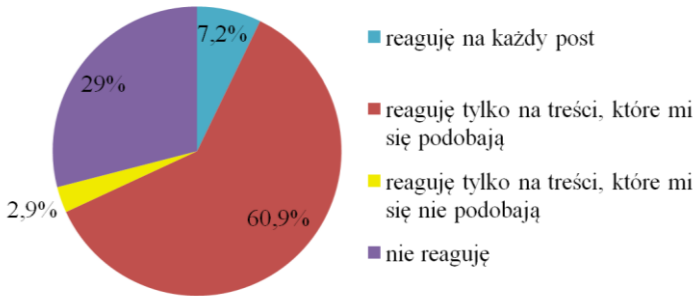


Źródło: opracowanie własne

Kolejną grupę pytań, tym razem zamkniętych jednokrotnego wyboru, stanowiły te dotyczące reakcji, komentarzy oraz udostępnień treści na stronie *Sztuczne Fiolki*. Na pytanie „Jak często Pani/Pan reaguje na treści udostępniane na stronie *Sztuczne Fiolki*?” odbiorcy odpowiedzieli, że najczęściej robią to w sytuacji gdy treści im się podobają⁸ – 60,9% (Ryc. 6). Przeciwnego zdania było 2,9% znających facebookowy profil. Niemalą grupę – 29% – stanowili pytani, którzy nie reagują w żaden sposób na udostępniane na stronie treści, a 7,2% reaguje na każdy wpis autora strony.

⁸ Wśród reakcji na Facebooku można wybrać: lubię to, super (w formie serduszka), emotikon „trzymaj się”, „haha”, „wow”, „przykro mi” lub „wrr”.

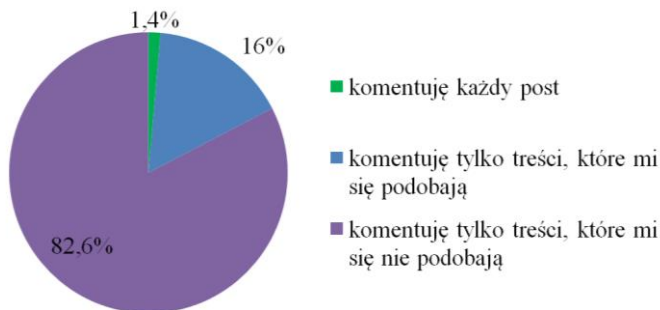
Ryc. 6. Częstotliwość reakcji na treści zamieszczone na fanpage’u *Sztuczne Fiolki* na Facebooku



Źródło: opracowanie własne

W przypadku komentarzy pod postami na *Sztucznych Fiolkach*, na pytanie „Jak często dodaje Pani/Pan komentarze pod treściami udostępnianymi na stronie *Sztuczne Fiolki*?”, zdecydowana większość – 82,6% – odpowiedziała, że tego nie robi (Ryc. 7). 16% pozostawia komentarze do memów, które wzbudziły w nich chęć rozmowy na konkretny temat, tylko 1,4% pod treściami, które im się podobają. Pozostałe dwie zaproponowane w ankiecie opcje, a mianowicie „komentuję każdy post” oraz „komentuję tylko treści, które mi się nie podobają”, nie zostały zadeklarowane przez respondentów.

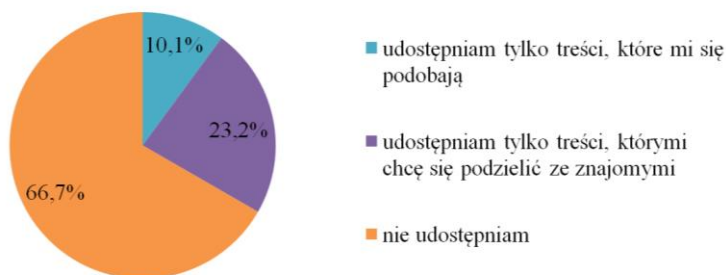
Ryc. 7. Częstotliwość komentowania treści zamieszczonych na fanpage’u *Sztuczne Fiolki* na Facebooku



Źródło: opracowanie własne

Kolejne pytanie ankiety brzmiało: „Jak często udostępnia Pani/Pan treści ze strony *Sztuczne Fiolki*?”. Ponownie większość ankietowanych, którzy ze chcieli wziąć udział w tej części ankiety (66,7%), odpowiedziała, że nie udostępnia treści pojawiających się na stronie (Ryc. 8). Natomiast 23,2% udostępnia te, którymi chce się podzielić ze znajomymi, a 10,1% przepytanych dzieli się memami, które im się podobają.

Ryc. 8. Częstotliwość udostępniania treści zamieszczonych na fanpage’u *Sztuczne Fiolki* na Facebooku



Źródło: opracowanie własne

W przypadku pytania o formę udostępniania memów (pytanie częściowo otwarte, wielokrotnego wyboru, z możliwością dopisania własnych propozycji) 28 osób dzieli się memami ze znajomymi w wiadomościach prywatnych, 8 udostępnia memy na swojej tablicy facebookowej, a 3, zakreślając opcję „inne”, wskazały: „robię screena mema i zapisuję w swojej galerii” oraz „udostępniam na Instagramie” (Ryc. 9).

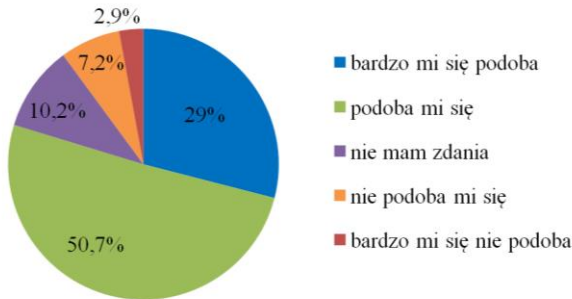
Ryc. 9. Formy udostępniania memów ze strony *Sztuczne Fiolki*



Źródło: opracowanie własne

Ankietowani, w pytaniu zamkniętym jednokrotnego wyboru, oceniającym stronę *Sztuczne Fiolki* w 50,7% przypadków stwierdzili, że podoba im się, a 29% zadeklarowało, że strona bardzo im się podoba (Ryc. 10). 10,2% nie miało zdania na ten temat, 7,2% stwierdziło, że strona im się nie podoba, natomiast 2,9%, że bardzo im się nie podoba.

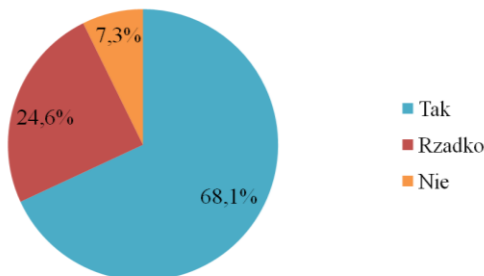
Ryc. 10. Strona *Sztuczne Fiolki* na Facebooku w ocenie respondentów



Źródło: opracowanie własne

W kolejnym pytaniu zamkniętym „Czy identyfikuje Pani/Pan obrazy znajdujące się na stronie *Sztuczne Fiolki* z konkretnymi stylami malarskimi lub malarzami?” 68,1% tych, którzy wzięli udział w tej części badania zadeklarowało, że rozpoznaje obrazy na tej stronie; 24,6% osób zdarza się to jednak rzadko, a 7,3% respondentów nie rozpoznaje obrazów będących tłem memów publikowanych na stronie (Ryc. 11).

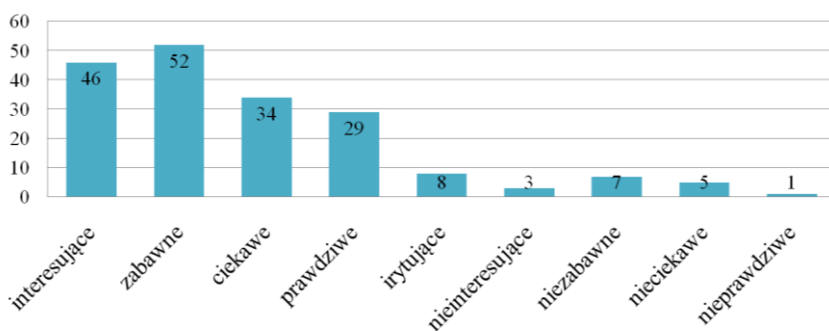
Ryc. 11. Identyfikacja przez respondentów stylów malarskich lub malarzy memów publikowanych na fanpage’u *Sztuczne Fiolki* na Facebooku



Źródło: opracowanie własne

W ostatnim pytaniu, dotyczącym strony *Sztuczne Fiolki*, respondenci musieli określić, co sądzą na temat treści zawartych na stronie. Było to pytanie wielokrotnego wyboru. Zdecydowana większość opinii była pozytywna (Ryc. 12). Spośród odpowiedzi ankietowani wytypowali, że treści na stronie są zabawne (52 odpowiedzi), interesujące (46 odpowiedzi), ciekawe (34 odpowiedzi) oraz prawdziwe (29 odpowiedzi). Negatywnych opinii było zdecydowanie mniej, choć zdarzało się, że treści oceniano jako irytujące (8 odpowiedzi), niezabawne (7 odpowiedzi), nieciekawe (5 odpowiedzi), nieinteresujące (3 odpowiedzi) oraz nieprawdziwe (1).

Ryc. 12. Ocena treści publikowanych na stronie *Sztuczne Fiolki* przez respondentów



Źródło: opracowanie własne

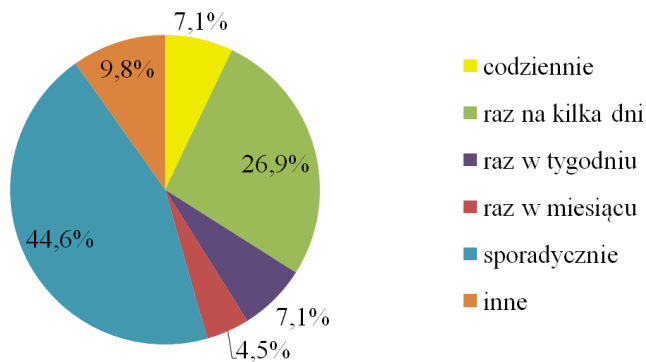
Po analizie tej części pytań można wyciągnąć wniosek, że niewielka popularność *Sztucznych Fiolków* wśród sondowanych spowodowana jest specyficzną tematyką poruszaną w memach na tej stronie. Fanpage ten ma także zasięg lokalny, ograniczony choćby językiem polskim. Osoby, które mimo to znają stronę, zaglądają na nią sporadycznie lub raz na kilka dni, reagując najczęściej na treści, które im się podobają. Większość respondentów przegląda tylko treści nie reagując w żaden sposób na to, co znajduje się na stronie. Badani zazwyczaj też nie komentują memów. Zdecydowana większość dzieli się jednak nimi w gronie znajomych, udostępniając je w wiadomościach prywatnych. Strona wywołuje dobre skojarzenia, podoba się ponad 3/4 przebadanych, którzy dodatkowo bez problemu identyfikują dzieła malarskie wykorzystane w memach. Odbiór treści *Sztucznych Fiolków* przez badanych jest zdecydowanie pozytywny.

Classical Art Memes w opinii ankietowanych

Wyodrębniona, trzecia grupa tematyczna pytań ankiety, dotyczyła strony *Classical Art Memes*. Jej znajomość wśród badanych była zdecydowanie wyższa niż Sztucznych Fiolków i wynosiła 62,9% (112 respondentów). Tak jak i w poprzedniej części ankiety, osoby, które nie знаły serwisu zostały przeniesione do pytań końcowych.

W tej części analizy wartości procentowe odnosić się więc będą do 112 ankietowanych. Podobnie jak w przypadku poprzedniej strony, pytanie pierwsze dotyczyło częstotliwości jej odwiedzin. Badani najczęściej odwiedzają ten fanpage sporadycznie (44,6% odpowiedzi) (Ryc. 13). Raz na kilka dni na stronę wchodzi 26,9% ankietowanych, a po 7,1% osób odwiedza stronę codziennie oraz raz w tygodniu. Wśród 9,8% respondentów, którzy wskazali „inne” częstotliwości, podano informacje, że respondenci nie wchodzi na stronę, ponieważ memy *Classical Art Memes* pojawiają się na ich tablicy facebookowej.

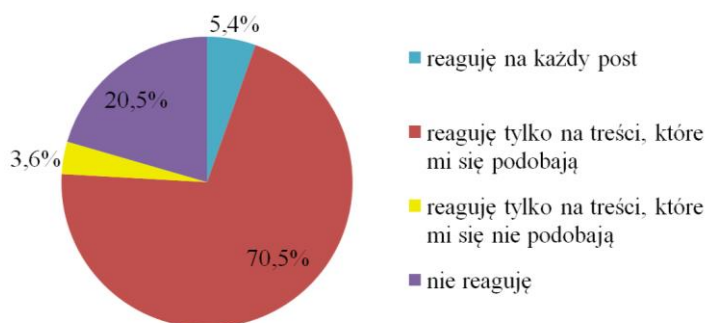
Ryc. 13. Częstotliwość odwiedzin fanpage’a *Classical Art Memes* na Facebooku



Źródło: opracowanie własne

Jeśli chodzi o odpowiedzi na pytanie: „Jak często Pani/Pan reaguje na treści udostępniane na stronie *Classical Art Memes*?” to najczęściej, bo aż 70,5% ankietowanych deklaruje, że reagują na treści, które im się podobają (Ryc. 14). Kolejną grupę stanowią użytkownicy, którzy nie reagują wcale – 20,5%, następnie osoby reagujące na każdy post – 5,4% oraz na posty, które nie odpowiadają pytanym – 3,6%.

Ryc. 14. Częstotliwość reakcji na treści zamieszczone na fanpage'u *Classical Art Memes* na Facebooku

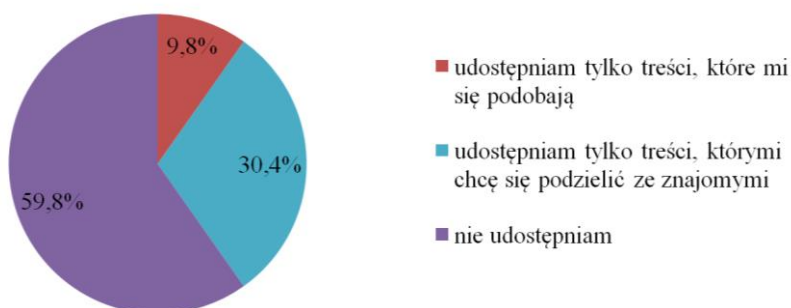


Źródło: opracowanie własne

Wśród respondentów znających stronę *Classical Art Memes* zdecydowana większość, bo 92,9%, nie komentuje udostępnianych na fanpage'u postów, a zaledwie 7,1% komentuje treści, które skłoniły ich do rozmowy. Pozostałe odpowiedzi, które mogli zadeklarować ankieterzy, czyli „komentuję każdy post”, „komentuję tylko treści, które mi się podobają” oraz te, „które im się nie podobają” – nie uzyskały wskazań.

Na pytanie dotyczące udostępniania postów ankieterzy najczęściej deklaruowali, że nie udostępniali memów (59,8%) (Ryc. 15). 30,4% pytanych dzieli się nimi ze znajomymi, a 9,8% udostępnia treści, które im się podobają.

Ryc. 15. Częstotliwość udostępniania treści zamieszczonych na fanpage'u *Classical Art Memes* na Facebooku



Źródło: opracowanie własne

Analizując formę, w jakiej respondenci udostępniali memy, stwierdzić można, że 48 osób dzieli się nimi ze znajomymi w wiadomościach prywatnych, a 9 udostępnia na tablicy facebookowej (Ryc. 16). W kategorii „inne” pojawiło się 5 odpowiedzi, a wśród nich takie: „udostępniam na grupach facebookowych” oraz „na Instastory na Instagramie”.

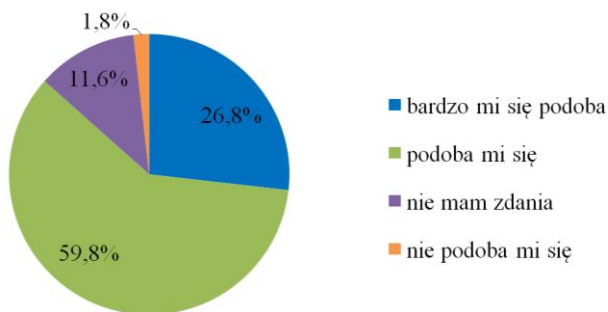
Ryc. 16. Formy udostępniania memów ze strony *Classical Art Memes*



Źródło: opracowanie własne

Oceniając stronę, 59,8% ankietowanych odpowiedziało, że strona im się podoba (Ryc. 17). Mniej liczna grupa, bo 26,8% pytanym zadeklarowało, że bardzo im się podoba, 11,6% nie miało w tej kwestii zdania, a 1,8% osób nie podobała się. Żaden z respondentów nie wybrał opcji „bardzo mi się nie podoba”.

Ryc. 17. Strona *Classical Art Memes* na Facebooku w ocenie respondentów

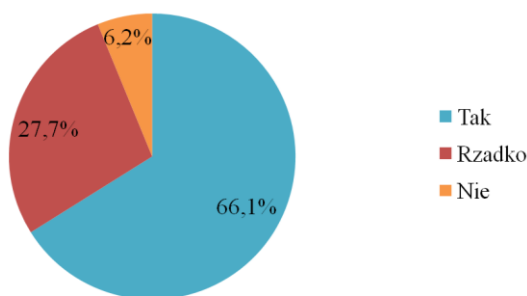


Źródło: opracowanie własne

Spora część – 66,1% badanych – na pytanie czy identyfikuje obrazy, na podstawie których stworzono memy znajdujące się na stronie *Classical Art Memes*, odpowiedziała, że tak, 27,7% rzadko, natomiast 6,3% nie jest w stanie

skojarzyć obrazu (Ryc. 18). Jak w przypadku wcześniejszej strony, wysoki odsetek osób identyfikujących dzieła sztuki wynika ze specyfiki grup, w których zostało przeprowadzone badanie ankietowe.

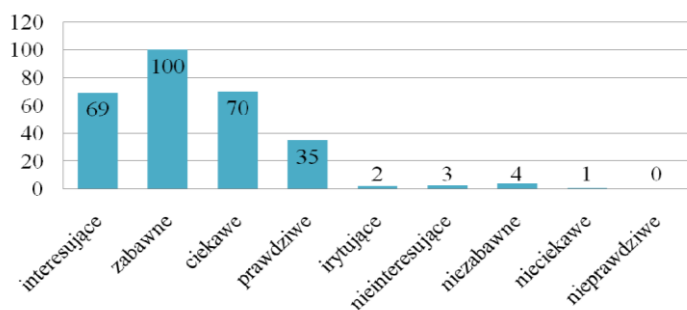
Ryc. 18. Identyfikacja przez respondentów stylów malarskich lub malarzy memów publikowanych na fanpage'u *Classical Art Memes* na Facebooku



Źródło: opracowanie własne

W pytaniu zamykającym część dotyczącą strony *Classical Art Memes* respondenci podzielili się swoimi sądami na temat treści serwisu. Było to pytanie zamknięte, wielokrotnego wyboru. Pojawiło się tutaj wiele pozytywnych ocen (Ryc. 19). Pytani uznali zawartość *Classical Art Memes* za zabawną (100 odpowiedzi), ciekawą (70 odpowiedzi), interesującą (69 odpowiedzi), prawdziwą (35 odpowiedzi). Natomiast zdecydowanie rzadsze były oceny negatywne, jak: treści są niezabawne (4 odpowiedzi), nieinteresujące (3 odpowiedzi), irytujące (2 odpowiedzi) i nieciekawe (1 odpowiedź).

Ryc. 19. Ocena treści publikowanych na stronie *Classical Art Memes*



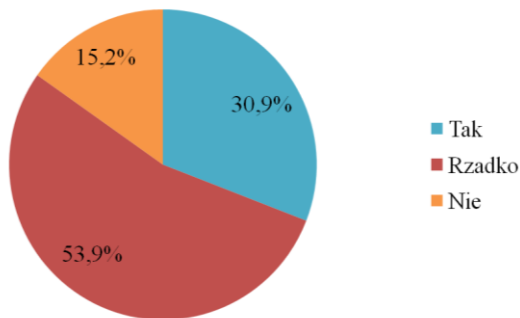
Źródło: opracowanie własne

Wyciągając wnioski po analizie pytań dotyczących *Classical Art Memes* należy jeszcze raz podkreślić zdecydowanie większą popularność tej strony niż *Sztucznych Fiołków*. Podobnie wyglądają natomiast działania podejmowane przez internautów jeśli chodzi o przeglądanie treści na fanpage'u. Użytkownicy odwiedzają ją sporadycznie lub raz na kilka dni. Reagują na treści, które im się podobają oraz nie komentują zazwyczaj obrazów, chyba że poruszany jest konkretny, ciekawy dla nich temat. Nie udostępniają treści na Facebooku, tylko ograniczają się do wiadomości prywatnych wysyłanych do znajomych. 86,6% ankietowanych strona podoba się lub bardzo podoba. Respondenci nie mają problemów z identyfikowaniem obrazów, malarzy i epok, w których zostały stworzone, a samą stronę oceniają pozytywnie.

Podsumowanie wyników badania

Końcowe pytania ankiety dotyczyły zachowań wyszukiwawczych internautów. Sondowano bowiem problem: „Czy sprawdza Pani/Pan autorów obrazów podanych pod opublikowanym dziełem w formie mema?”. 53,9% badanych sprawdza rzadko, 30,9% to robi, natomiast 15,2% nie sprawdza (Ryc. 20).

Ryc. 20. Odpowiedź na pytanie „Czy sprawdza Pani/Pan autorów obrazów podanych pod opublikowanym dziełem w formie mema?”



Źródło: opracowanie własne

Ankietowani w części otwartej pytania uzasadniali swoje odpowiedzi. 26 badanych stwierdziło, że nie sprawdza źródeł memów ponieważ m.in.: znają autorów (7 osób), nie interesują się tym (6 osób), nie chce im się (3 osoby) lub ważniejsza jest dla nich treść mema a nie autor (2 osoby). Pojawiły się również pojedyncze odpowiedzi dotyczące braku czasu oraz braku zainteresowania sztuką. Znalazły się i takie osoby, które stwierdziły, że sprawdzają autorstwo dzieła sztuki tylko wtedy, kiedy obraz się im spodobał (Tabela 3).

Tab. 3. Powody, dla których respondenci nie sprawdzają autorów obrazów z memów

Lp.	Uzasadnienie	Liczba odpowiedzi
1.	Bo ich znam	7
2.	Nie interesuje mnie to	6
3.	Nie chce mi się	3
4.	Ważniejsza jest dla mnie treść mema niż autor	2

Źródło: opracowanie własne

Na pytanie „Czy oglądanie memów jest dla Pani/Pana lekcją sztuki” 50% ankietowanych uznała, że rzeczywiście tak jest, co może potwierdzać wyniki uzyskane we wcześniejszym pytaniu. 62,9% ankietowanych przyznało nawet, że prowadzi dalszą analizę memów. Uzasadniając swoje odpowiedzi, ankietowani stwierdzili w większości, że ich poszukiwania idą w kierunku dzieł malarskich konkretnego artysty (80 odpowiedzi), ale również dzieł malarskich w podobnym stylu (65 odpowiedzi). Zdecydowanie rzadziej respondenci zagłębiający się w poszukiwania sięgają po informacje o dziełach malarskich z tego samego okresu historycznego (26 odpowiedzi).

Na zakończenie badania wypełniający ankietę zostali zapytani o to „Czy ma Pani/Pan swojego ulubionego mema opracowanego na podstawie obrazu (konkretnie dzieło malarskie, podpis znajdujący się na nim lub będący komentarzem do tego dzieła)?”. Zdecydowana większość, bo 79,2% odpowiedziała, że nie. W części otwartej pytania 21 respondentów podało jednak swoje ulubione memy. Były to m.in. memy opracowane na podstawie dzieła Leonarda da Vinci *Mona Lisa* (2 odpowiedzi) czy takie, na których pojawił się Stańczyk z obrazu Jana Matejki (2 odpowiedzi) (Tabela 4). Niektórzy ankietowani wstawili link odnoszący do konkretnego mema.

Tab. 4. Ulubione memy respondentów

Lp.	Nazwa
1.	Rubens był z Bytomia – jo je Beyoncé
2.	Mona Lisa z wyciętymi ustami i wklejonym uśmiechem Ricardo
3.	Henry Bernard Chalon – obraz psa mówiącego „Miau”
4.	Wszystkie przeróbki stworzenia Adama i ostatniej wieczerzy
5.	Wszystkie memy z <i>Fat Cat Art</i>
6.	Wszystkie memy ze Stańczykiem
7.	Stańczyk
8.	Mem opracowany przez <i>Classical Art Memes</i>

9.	„Jak dodasz amfetaminy zamiast cukru to będzie mocniejsza”
10.	Mona Shiba albo Vincent w maseczce na jednym uchu (z tych popularniejszych)
11.	Przedstawiał człowieka polującego na muchę w różnych kierunkach w malarstwie
12.	„Memy” w postaci podpisów na kiczowatych talerzykach, tworzone przez polską artystkę mieszkającą w Berlinie. Dostępne na fanpage'u <i>Ugly Plates</i>
13.	Jak już bym miał coś wybrać to „Pomarańczarka” przerobiona na Testovirona
14.	Q line Hoppera
15.	<i>dictator of good taste</i>

Źródło: opracowanie własne

W ostatnim pytaniu: „Czy zna Pani/Pan inne fanpage, na których umieszcza się memy z dziełami sztuki?” 73% respondentów odpowiedziało, że nie zna więcej tego rodzaju stron, ale pozostałe 27% podało ich przykłady. W dużej mierze były to odpowiedzi podające fanpage *Rubens był z Bytomia* – 16 odpowiedzi – na którym autor udostępnia zabawne memy opisane tekstami w gwiazdce śląskiej na podstawie obrazów Petera Paula Rubensa. Wśród propozycji pojawiły się również: *Kolejka po rozum* (kiedyś *Kolejka do dziekanatu*) – 3 odpowiedzi, *Histeria Sztuki* – 2 odpowiedzi, czy *Tajne Stowarzyszenie Jawnych Przeciwników Barokizowania Budowli Gotyckich* – także 2 odpowiedzi. Trzeba jednak stwierdzić, że strony publikujące treści oparte na dziełach sztuki nie są popularne wśród użytkowników portalu Facebook. Należy podkreślić, że ponad połowa respondentów rzadko sprawdza nazwiska malarzy podanych w opisie do memów opracowanych na obrazach, natomiast 30,9% docenia fakt, że autorzy stron udostępniają te informacje i korzysta z nich. Pomimo tego, że autorzy fanpage’a nie dodają informacji o artyście dzieła, strona *Classical Art Memes* cieszy się większą popularnością niż *Sztuczne Fiolki* – co wynika z rozrywkowego podejścia ankietowanych do oglądanych memów. W przypadku odbioru memów zdania są rozłożone równomiernie. 50% uważa, że jest to dla nich lekcja sztuki, ale tyle samo osób jest przeciwnego zdania. Wśród udzielających odpowiedzi duża część zadeklarowała, że po obejrzeniu jakiegoś mema prowadzi dalsze poszukiwania związane z autorem lub obrazem. Podsumowując wyniki badania, memy opracowane na podstawie dzieł sztuki nie należą do grupy memów popularnych. Są znane wśród ludzi związanych ze sztuką czy kulturą.

Zakończenie

Członkowie sprofilowanych grup na Facebooku, takich jak *Sekcja Estetyczna*, *Dictator of good taste* oraz *Jak będzie na płótnie?*, odnoszących się tematycznie do sztuki, spoglądają na treści publikowane na stronach *Sztuczne Fiolki* i *Classical Art Memes*, z innej perspektywy, zwracając większą uwagę na dzieło będące podstawą mema. Autorzy stron wykorzystują powszechnie znane dzieła sztuki, dodając również te mniej znane. Jest to forma popularyzowania sztuki, w niekonwencjonalny sposób przerabiająca dzieła sztuki na memy pasujące do dzisiejszych czasów. Najczęściej wykorzystywana forma mema to dodanie zabawnego opisu do sytuacji na obrazie czy rzeźby, co można wywnioskować z przeglądu memów znajdujących się na badanych stronach. Niekiedy pojawiają się również współczesne postacie wklejone w dzieła sztuki lub odwrotnie.

Dla większości odbiorców portalu Facebook memy tworzone na podstawie dzieł sztuki są rozrywką, co wynika z ich formy oraz treści. Poprzez publikowanie na Facebooku, użytkownicy portalu mają powszechny dostęp do memów na podstawie dzieł sztuki, a treść jaką te przekazują odnosi się do bieżących wydarzeń oraz życia codziennego. W przypadku strony *Classical Art Memes* autor/autorzy skupiają się zabawnej tematyce publikowanych treści, z którymi odbiorcy mogą się utożsamiać, natomiast w przypadku *Sztucznych Fiolków*, autor publikuje treści związane z polityką. Memy odnoszą się do wydarzeń na świecie i w kraju, komentują zachowania polityków bądź celebrytów ale również przekazują informacje dotyczące poszczególnych świąt kalendarzowych np. tłusty czwartek czy Dzień Kota.

Z dużą ostrożnością można założyć, że poza funkcją rozrywkową, memy tworzone na podstawie dzieł sztuki mogą się stać lekcją z zakresu dziejów kultury. Część zbadanych internautów po obejrzeniu intrygującego ich memu dokonuje dalszych poszukiwań w sieci w celu ustalenia nazwiska autora dzieła sztuki czy innych dzieł malarskich powstałych w podobnym stylu. Świadczą o tym komentarze pozostawione pod memami. Na stronie *Classical Art Memes* obrazy autorstwa Pio Ricciego, spotykają się ze sporą ilością komentarzy, których użytkownicy proszą o nazwę obrazu lub imię i nazwisko autora ze względu na jego realistyczny sposób przedstawiania materiałów na obrazach. W przypadku strony *Sztuczne Fiolki* tych zapytań jest mniej, ale również się pojawiają, najczęściej dotyczą nazwy obrazu.

Memy z powodzeniem mogą być elementem edukacji. Ze względu na różnorodną tematykę memów, mogą one służyć edukacji w wielu dziedzinach, ale przede wszystkim znajdują zastosowanie w historii. Specyficznym rodzajem memów przekazujących wiedzę historyczną jest Polandball, czyli countryball

odpowiadający Rzeczypospolitej Polskiej (Borkiewicz, 2018, s. 336). Dzięki tej formie memów przedstawione zostały różne aspekty z historii Polski takie jak rozbiory czy I lub II Wojna Światowa.

Reasumując, memy internetowe mogą stać się w przyszłości lekcją sztuki dla użytkowników. Może to być wskazówka dla nauczycieli przedmiotów związanych ze sztuką, by takie właśnie medium jak memy wykorzystywać jako atrakcyjne egzemplifikacje dzieł malarskich, oczywiście odpowiednio wyselekcjonowane i skomentowane. Taki sposób uprzystępniania treści kultury może okazać się szczególnie atrakcyjny dla dzieci i młodzieży.

Bibliografia

- Bjarneskans, Henrik, Grönnevik, Bjare & Sandberg, Anders (2009). Cykl życiowy memów. W: Wężowicz-Ziółkowska, D. (red.), *Infosfera. Memetyczne koncepcje kultury i komunikacji* (s. 65–89). Katowice: Wydawnictwo Wyższej Szkoły Zarządzania Ochroną Pracy w Katowicach.
- Blackmore, Susan J. (2002). *Maszyna Memowa*. Poznań: Dom wydawniczy „Rebis”.
- Bochnak, Adam (1958). *Historia sztuki nowożytnej*. Kraków: Państwowe Wydawnictwo Naukowe.
- Bochnak, Adam (1973). *Historia sztuki średniowiecznej*. Warszawa, Kraków: Państwowe Wydawnictwo Naukowe.
- Borkiewicz, Anna (2018). „Polandball”: memy internetowe o tematyce historycznej jako przykład wizualizacji historii. W: Wojdon, J. (red.), *Historia w przestrzeni publicznej* (s. 332–336). Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Borkowski, Wojciech & Nowak, Andrzej (2009) Wpływ społeczny – alternatywny model rozprzestrzeniania się memów. W: Wężowicz-Ziółkowska, D. (red.) *Infosfera. Memetyczne koncepcje kultury i komunikacji* (s. 173–212). Katowice: Wydawnictwo Wyższej Szkoły Zarządzania Ochroną Pracy w Katowicach.
- Brodie, Richard (1996). *Wirus umysłu*. Łódź: TeTa Publishing.
- Classical Art Memes* ([2021]). Facebook.com [online]. Pobrane 21 listopada 2020 r., z: <https://www.facebook.com/classicalartmemes/>
- Dawkins, Richard (1996). *Samolubny gen*. Warszawa: Prószyński i S-ka.
- Dubisz, Stanisław (red.) (2003). *Universalny słownik języka polskiego*. T. 2, H-N. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Estreicher, Karol (1973). *Historia sztuki w zarysie*. Warszawa, Kraków: Państwowe Wydawnictwo Naukowe.
- Heylighen, Francis (2009). Memetyka. W: Wężowicz-Ziółkowska D. (red.) *Infosfera. Memetyczne koncepcje kultury i komunikacji* (s. 27–31). Katowice: Wydawnictwo Wyższej Szkoły Zarządzania Ochroną Pracy w Katowicach.
- Jak będzie na płótnie?* ([2021]). Facebook.com [online]. Pobrane 14 maja 2021 r., z: <https://www.facebook.com/groups/1763148367347400>
- Kamińska, Magdalena (2011). *Niecie memy: dwanaście wykładów o kulturze internetu*. Poznań: Wydawnictwo Galeria Miejska „Arsenal”.
- Kamińska, Magdalena (2017). *Memosfera: wprowadzenie do cyberkulturoznawstwa*. Poznań: Wydawnictwo Galeria Miejska „Arsenal”.

- Kokoszka, Joanna (2020). Mem – specjalne medium informacyjne. Stan badań polskiego piśmiennictwa m.in. w dziedzinie nauk o kulturze i religii. *Nowa Biblioteka. Usługi, Technologie Informacyjne i Media*, 1(36), 7–23 [online]. Pobrane 14.05.2021, z: http://www.nowa-biblioteka.us.edu.pl/archiwum/2020_1/Kokoszka.pdf
- Kolowiecki, Wiktor (2012). Memy internetowe, jako nowy język internetu. *Kultura i Historia*, 21 [online]. Pobrane 13 maja 2021, z: <http://www.kulturaihistoria.umcs.lublin.pl/archives/3637>
- Pastuszka-Roczek, Joanna (2014). Elektroniczne rysunki na ścianie – rola obrazkowych memów internetowych w procesie komunikacji i socjalizacji. Analiza treściowa wybranych polskich portali rozrywkowych. W: Bierówka, J. & K. Pokorny-Ignatowicz (red.), *Media, kultura popularna, polityka. Wzajemne oddziaływanie i nowe zjawiska* (s. 141–163). Kraków: Krakowskie Towarzystwo Edukacyjne sp. z o.o. – Oficyna Wydawnicza AFM.
- Pisarek, Walery (2006). *Słownik terminologii medialnej*. Kraków: Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych „Universitas”.
- Piskorz, Krzysztof (2013). Internetowe memy – hieroglify XXI wieku. W: Hofman, I. & D. Kępa-Figura (red.), *Współczesne media: język mediów* (s. 227–237). Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej.
- Replikator (2020). Wikipedia. Wolna encyklopedia [online]. Wikimedia Commons, 24.05.2020. Pobrane 13 maja 2021, z: <https://pl.wikipedia.org/wiki/Replikator>
- Sarna, Paweł (2016). Memy w perspektywie retorycznej. W: Sarna, P. & M. Sęk-Iwanek (red.) *Dyskursy widzialności: słowa a obrazy* (s. 123–149). Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- Sekcja estetyczna* ([2021]). Facebook.com [online]. Pobrane 14 maja 2021, z: <https://www.facebook.com/groups/jbwa.estetyczna/>
- Sroka, Jakub (2014). #OBRZKOWE #MEMY #INTERNETOWE. Warszawa: CeDeWu.pl.
- Szczęśna, Ewa (red.) (2002). *Słownik pojęć i tekstów kultury*. Warszawa: Wydawnictwo Szkolne i Pedagogiczne.
- Sztuczne Fiolki* ([2021]). Facebook.com [online]. Pobrane 21 listopada 2020 r., z: <https://www.facebook.com/SztuczneFiolki/>
- Walkiewicz, Adam (2012). Czym są memy internetowe? Rozważania z perspektywy memetycznej. *Teksty z Ulicy*, 14, 49–70 [online]. Pobrane 13 maja 2021, z: http://www.memetyka.us.edu.pl/pdf/TzU_2012.pdf
- Woloszyn, Magdalena (2019). Czy memy są tekstami kultury? *Toruńskie Studia Bibliologiczne*, 1, 9–28 [online]. Pobrane 13 maja 2021, z: <https://apcz.umk.pl/czasopisma/index.php/TSB/article/view/TSB.2019.001/23566>
- Zaremba, Maciej (2012). Memy internetowe (2010–2011). *Media i Społeczeństwo*, 2, 60–73 [online]. Pobrane 13 maja 2021, z: http://www.mediaispoleczenstwo.ath.bielsko.pl/art/060_zaremba.pdf

Aneks

Kwestionariusz ankiety wykorzystany w badaniu percepcji memów internetowych opracowanych na podstawie dzieł sztuki malarskiej

Metryczka

Płeć:

- a. kobieta
- b. mężczyzna

Wiek w latach: (do wpisania)

Grupa:

- a. Sekcja Estetyczna
- b. Dictator of good taste
- c. Jak będzie na płótnie?

Pytania ogólne:

1. Czym jest dla Pani/Pana Internet? (można wybrać tylko jedną odpowiedź)
 - a. źródłem informacji,
 - b. źródłem wiedzy,
 - c. uzupełnieniem informacji,
 - d. używam go hobbystycznie,
 - e. narzędziem pracy,
 - f. narzędziem nauki,
 - g. inne.....
2. Czy ogląda Pani/Pan memy?
 - a. tak
 - b. nie
3. Dlaczego ogląda Pani/Pan memy w sieci? (można wybrać tylko jedną odpowiedź)
 - a. poszerzam swoją wiedzę o świecie,
 - b. do celów rozrywkowych,
 - c. wypełnienie wolnego czasu (przeoglądam strony z nudów),
 - d. interesuję się nowymi środkami komunikacji/przekazu informacji
 - e. inne.....
4. Jeśli ogląda Pani/Pan memy dla rozrywki, to czy korzysta Pani/Pan z memów w sieci, umieszczonych na stronach portali ogólnoinformacyjnych?
 - a. nie
 - b. takjeśli tak, to z jakich (można zaznaczyć kilka odpowiedzi)?
 - a. Onet
 - b. Interia
 - c. wyborcza.pl
 - d. Polityka
 - e. Newsweek Polska
 - f. inne.....

5. Czy korzysta Pani/Pan ze stron, które specjalizują się w tworzeniu memów?
- nie
 - tak
- jeśli tak, to z jakich (można zaznaczyć kilka odpowiedzi)?
- Demotywatory
 - Wiocha
 - Jeb z dzidy (jbsd.com.pl)
 - kwejk.pl
 - besty.pl
 - inne.....
6. Czy ma Pani/Pan świadomość, że memy mogą być źródłem informacji na temat dzieł sztuki?
- tak
 - nie

Pytania dotyczące strony *Sztuczne Fiolki*:

7. Czy zna Pani/Pan fanpage na Facebooku *Sztuczne Fiolki*?
- tak
 - nie

Jeśli padła odpowiedź tak:

8. Jak często odwiedza Pani/Pan fanpage na Facebooku *Sztuczne Fiolki*?
- codziennie
 - raz na kilka dni
 - raz w tygodniu
 - raz w miesiącu
 - sporadycznie
 - inne.....
9. Jak często Pani/Pan reaguje na treści udostępniane na stronie *Sztuczne Fiolki*?
- reaguję na każdy post
 - reaguję tylko na treści, które mi się podobają
 - reaguję na treści, które mi się nie podobają
 - nie reaguję
10. Jak często dodaje Pani/Pan komentarze pod treściami udostępnianymi na stronie *Sztuczne Fiolki*?
- komentuję każdy post
 - komentuję tylko treści, które mi się podobają
 - komentuję tylko treści, które mi się nie podobają
 - komentuję tylko treści, które wzbudziły we mnie chęć rozmowy na konkretny temat
 - nie komentuję
11. Jak często udostępnia Pani/Pan treści ze strony *Sztuczne Fiolki*?
- udostępniam każdy post
 - udostępniam tylko treści, które mi się podobają
 - udostępniam tylko treści, którymi chcę się podzielić ze znajomymi
 - nie udostępniam

12. W jakiej formie udostępnia Pani/Pan memy ze strony *Sztuczne Fiolki* (można zaznaczyć kilka odpowiedzi)?
- a. udostępniam na swojej facebookowej tablicy
 - b. udostępniam znajomym w wiadomości prywatnej
 - c. inne.....
13. Jak ocenia Pani/Pan stronę *Sztuczne Fiolki*?
- a. bardzo mi się podoba
 - b. podoba mi się
 - c. nie mam zdania
 - d. nie podoba mi się
 - e. bardzo mi się podoba
14. Czy identyfikuje Pani/Pan obrazy znajdujące się na stronie *Sztuczne Fiolki* z konkretnymi stylami malarskimi lub malarzami?
- a. tak
 - b. rzadko
 - c. nie
15. Czy uważa Pani/Pan, że treści publikowane na stronie *Sztuczne Fiolki* są:
- a. interesujące
 - b. zabawne
 - c. ciekawe
 - d. prawdziwe
 - e. irytujące
 - f. nieinteresujące
 - g. niezabawne
 - h. nieciekawe
 - i. nieprawdziwe

Pytania dotyczące strony *Classical Art Memes*:

16. Czy zna Pani/Pan fanpage na Facebooku *Classical Art Memes*?
- a. tak
 - b. nie
- Jeśli padła odpowiedź tak:
17. Jak często odwiedza Pani/Pan fanpage na Facebooku *Classical Art Memes*?
- a. codziennie
 - b. raz na kilka dni
 - c. raz w tygodniu
 - d. raz w miesiącu
 - e. sporadycznie
 - f. inne.....
18. Jak często Pani/Pan reaguje na treści udostępniane na stronie *Classical Art Memes*?
- a. reaguję na każdy post
 - b. reaguję tylko na treści, które mi się podobają
 - c. reaguję tylko na treści, które mi się nie podobają
 - d. nie reaguję

19. Jak często dodaje Pani/Pan komentarze pod treściami udostępnianymi na stronie *Classical Art Memes*?
- komentuję każdy post
 - komentuję tylko treści, które mi się podobają
 - komentuję tylko treści, które mi się nie podobają
 - komentuję tylko treści, które wzbudziły we mnie chęć rozmowy na konkretny temat
 - nie komentuję
20. Jak często udostępnia Pani/Pan treści ze strony *Classical Art Memes*?
- udostępniam każdy post
 - udostępniam tylko treści, które mi się podobają
 - udostępniam tylko treści, którymi chcę się podzielić ze znajomymi
 - nie udostępniam
21. W jakiej formie udostępnia Pani/Pan memy ze strony *Classical Art Memes* (można zaznaczyć kilka odpowiedzi)?
- udostępniam na swojej facebookowej tablicy
 - udostępniam znajomym w wiadomości prywatnej
 - inne.....
22. Jak ocenia Pani/Pan stronę *Classical Art Memes*?
- bardzo mi się podoba
 - podoba mi się
 - nie mam zdania
 - nie podoba mi się
 - bardzo mi się nie podoba
23. Czy identyfikuje Pani/Pan obrazy znajdujące się na stronie *Classical Art Memes* z konkretnymi stylami malarskimi lub malarzami?
- tak
 - rzadko
 - nie
24. Czy uważa Pani/Pan, że treści publikowane na stronie *Classical Art Memes* są:
- (można zaznaczyć kilka odpowiedzi)
- interesujące
 - zabawne
 - ciekawe
 - prawdziwe
 - irytujące
 - nieinteresujące
 - niezabawne
 - nieciekawe
 - nieprawdziwe

Pytania ogólne:

25. Czy sprawdza Pani/Pan autorów obrazów podanych pod opublikowanym dziełem w formie mema?
- tak
 - rzadko
 - nie
- jeśli nie, to dlaczego?

26. Czy oglądanie memów jest dla Pani/Pana lekcją sztuki?
- tak
 - nie
27. Obrazy będące tłem memów są dla Pani/Pana inspiracją do dalszych poszukiwań?
- nie
 - tak
- jeśli tak, w jakim kierunku są skierowane Pani/Pana dalsze poszukiwania (można zaznaczyć kilka odpowiedzi):
- dzieł malarskich konkretnego artysty
 - dzieł malarskich z tego samego okresu historycznego
 - dzieł malarskich w podobnym stylu
 - inne
28. Czy ma Pani/Pan swojego ulubionego mema opracowanego na podstawie obrazu (konkretne dzieło malarskie, podpis znajdujący się na nim lub będący komentarzem do tego dzieła)?
- nie
 - tak
- jeśli tak, to proszę podać przykład (link lub opis tego mema)
29. Czy zna Pani/Pan inne fanpage'e, na których umieszcza się memy z dziełami sztuki?
- nie
 - tak
- jeśli tak, to proszę podać ich nazwy

Dziękuję za wypełnienie!

Internet memes on *Classical Art Memes* and *Sztuczne Fiołki* sites in the opinion of internet users

ABSTRACT: Discussed the results of survey conducted from May 5th to 9th, 2020 among 178 members of three Facebook groups: *Sekcja Estetyczna*, *Dictator of good taste* and *Jak będzie na płótnie?* The goal of this survey was to analyze the knowledge among users about two Facebook pages – *Classical Art Memes* and *Sztuczne Fiołki*. Questions from the survey were supposed to establish how often users visit, comment and share posts published on the pages and at the same time ask the participants if they recognize authors of the original paintings and how they evaluate the content on these pages. Conducted examination was supposed to show the interest in memes among users and to answer the key question – what is their reception of the memes based on the peace of art and if so, could they become an element of art education?

KEYWORDS: *Classical Art Memes*, Paintings, Mem, Internet Memes, *Sztuczne Fiołki*