

Katarzyna Brzoza-Kolorz*

OBRAZ POSŁANEK W MEMACH INTERNETOWYCH

Streszczenie

Prowadzone w artykule rozważania wpisują się w nurt *women's media studies*, a ich celem była odpowiedź na pytanie, jaki obraz posłanek wyłania się z badanych materiałów medialnych. Przeprowadzona analiza zawartości klasycznych memów internetowych opublikowanych w serwisie Demotywatory.pl miała umożliwić weryfikację hipotezy zakładającej, że w badanych memach eksponowano stereotypowe elementy płci, dewaluuąc obrazy posłanek, zgodnie z założeniami koncepcji *gendered mediation*. Ustalono, że w prezentacjach posłanek dominowały atrybuty stereotypowo przypisywane mężczyznom, a w konsekwencji polityka była traktowana jako sfera męska, nieodpowiednia dla kobiet. Twórcy memów oceniali negatywnie męskie cechy widoczne w obrazach posłanek, natomiast cechy kobiece, rzadziej eksponowane w badanych memach, traktowali satyrycznie. Przeprowadzone analizy potwierdziły przyjętą hipotezę oraz zgodność założeń *gendered mediation* ze sposobem obrazowania posłanek w badanych memach internetowych.

Słowa kluczowe: mem, posłanka, płeć, stereotypy płciowe, *gendered mediation*

Wstęp

Rozważania prowadzone w niniejszym artykule zostały osadzone w obszarze dociekań naukowych z zakresu *women's media studies*. Wprowadzenie zmiennej płeć do badań medioznawczych otwiera szerokie pole naukowej eksploracji, obejmujące każdy element procesu komunikowania wskazany w formule Harolda Lasswella. Prezentowane wyniki analizy obrazu posłanek w memach internetowych odpowiadają badaniu treści przekazu, stanowiącemu drugie pytanie wspomnianej formuły.

Celem przeprowadzonej analizy zawartości była odpowiedź na pytanie, jaki obraz posłanek wyłania się z klasycznych memów internetowych opublikowanych w serwisie Demotywatory.pl. Punkt wyjścia to

* Uniwersytet Śląski w Katowicach, e-mail: katarzyna.brzoza-kolorz@us.edu.pl, ORCID: 0000-0022-5262-5745.

rozważania teoretyczne na temat zasadności prowadzenia tego rodzaju badań z wykorzystaniem memów oraz omówienie koncepcji *gendered mediation*, której założenia weryfikowano w sposobie ukazywania posłanek w memach. Natomiast zasadnicza część artykułu obejmuje prezentację wyników analizy zawartości klasycznych memów opublikowanych w serwisie Demotywatory.pl, pozwalających zweryfikować przypuszczenie, że w badanych memach eksponowano stereotypowe elementy płci, dewaluując obrazy posłanek, zgodnie z założeniami koncepcji *gendered mediation*.

Płeć i memy. Podłoże teoretyczne prowadzonych analiz

Siła oddziaływania memów wynika m.in. z ich zasięgów. Aktualne dane pokazują, że użytkownicy mediów społecznościowych w Polsce to prawie 69% populacji¹. Dlaczego użytkowanie *social mediów* ma wpływ na zasięgi memów? Otóż jednym z najpopularniejszych zasobów komunikacyjnych wykorzystywanych przez narratorów mediów społecznościowych są memy. Memy rozpowszechniają się przez popularne platformy, jak Facebook czy Instagram², i są niezwykle istotne jako strategie komunikacyjne. Poprzez ich udostępnianie w *social mediach* mogą działać jak wirus, szybko się rozprzestrzeniać i wpływać w ten sposób na odbiorców. Jednak „humor” w ich treściach często wyraża odrazę poprzez dyskredytację, szczególnie w kontekście płci³, i właśnie na ten element należy zwrócić uwagę w rozważaniach na temat obrazów posłanek w memach.

Początkowo memy miały służyć rozrywce, ale ewoluowały w stronę sposobu reakcji społeczeństwa sieci na różne wydarzenia społeczne i polityczne, jeszcze w trakcie trwania wydarzenia – jednak jest to interpretacja/komentarz⁴. Autor przedstawia swój punkt widzenia służący wyrażeniu własnych doświadczeń wynikających z obserwacji danego wydarzenia, choć jednocześnie reprezentuje odczucia większej grupy

¹ Digital Poland 2024 – raport social media w Polsce, Empemedia, <https://empemedia.pl> (29.09.2024).

² V.O. Gbadegesin, *Gender ideology and identity in humorous social media memes*, „Digital Scholarship in the Humanities”, 2020, vol. 35, issue 3, s. 529–546.

³ P. Tanusree, *Lockdown humor and gender ideologies: a critical analysis of social media memes*, „Südasiens-Chronik-South Asia Chronicle”, 2024, no. 13, s. 143–161.

⁴ K. Piskorz, *Internet nie śpi, internet reaguje. Memy internetowe jako forma komentarza do bieżących wydarzeń społecznych i politycznych*, „Zeszyty Prasoznawcze”, 2015, t. 58, nr 3, s. 650–658.

społecznej – odbiorcy masowego⁵. Korzystanie z memów jest napędzane przez interakcje autoekspresji, tożsamości społecznej i motywów rozrywkowych, ale są one również postrzegane jako narzędzie zaangażowania politycznego. Co więcej, używanie memów znacząco wpływało na wyższy poziom zaangażowania w konwencjonalne i niekonwencjonalne działania polityczne, nawet po uwzględnieniu interesu politycznego⁶. W konsekwencji obraz uwidoczniiony w memach może nie tylko wpływać na sposób postrzegania kobiet zaangażowanych w politykę, ale także na decyzje wyborców. Badacze przypisują memom realizację kilku funkcji, a wśród nich należy wymienić dostarczanie informacji, komentowanie, odpowiadanie na czyjeś zachowania lub wypowiedzi oraz rozśmieszanie. Ponadto memy mogą oddziaływać na kształtowanie się i funkcjonowanie danej grupy społecznej oraz pełnić rolę przekazów komunikacji kulturowej, ponieważ biorą udział w tworzeniu i utrwalaniu stereotypów, kliszy, wizerunków bohaterów czy antybohaterów, a także rozpowszechniają teksty kultury popularnej i wysokiej poprzez tworzenie ich reinterpretacji⁷.

W jaki sposób memy łączą się z *women's media studies*? Victoria Gbadegesin doszła do wniosku, że w zabawnych memach wyrażana jest „inność” płci, aby wzmocnić istniejące ideologie płci lub je zakwestionować. Ponadto humorystyczne memy nie są tworzone tylko po to, by wywołać śmiech, ale są narzędziami do wyrażania nowych tendencji w ideologicznej orientacji płci w społeczeństwie⁸. Potencjał humoru rośnie w odniesieniu do ekstremalnych treści, które podnoszą ich atrakcyjność⁹. Ustalenia Benjamina Lyonsa wskazują, że ludzie są mniej skłonni do obalania twierdzeń przedstawionych w formie memów i są bardziej skłonni postrzegać wiadomości jako mające mniejszy wpływ na nich niż na innych. Spadek postrzeganej kontroli nad sobą pośredniczy w spadku celu naprawczego¹⁰, a jedną z konsekwencji jest to, że memy wzmacniają ideologie patriarchalne. Stereotypy płciowe dotyczące mę-

⁵ M. Oślizło, *Memy wyszły na ulicę. Transkryptywny i multimodalny charakter transparentów strajku kobiet*, [w:] *Wokół strajków kobiet*, red. E. Dziwak, K. Gheorghe, Katowice–Kraków–Łódź 2021, s. 222.

⁶ A. Leiser, *Spreadable media, citizens, and participatory culture: Uses and effects of political Internet mems* (doktorat), Uniwersytet w Bremie, <https://media.suub.uni-bremen.de> (29.09.2024).

⁷ M. Wójcicka, *Memy internetowe jako multimodalny gatunek pamięci zbiorowej*, Lublin 2019, s. 38–39.

⁸ V.O. Gbadegesin, *op.cit.*, s. 529–546.

⁹ U.K. Schmid, H. Schulze, A. Drexel, *Memes, humor, and the far right's strategic mainstreaming*, „Information, Communication & Society”, 2024, s. 1–20.

¹⁰ B. Lyons, *Insidiously trivial: how the political meme format drives down corrective intent*, „Media and Communication”, 2022, nr 3, s. 35–49.

skich i kobiecych zachowań (występów), odgrywanych ról są opakowane w pozornie „nieszkodliwy” humor, taki jednak, który ma „represyjny” charakter. Humor zawarty w memach nie obala ustalonych ideologii płci, ale legitymizuje asymetryczne relacje władzy płci w społeczeństwie. Banalizując wkład kobiet w utrzymanie rodziny i stres, jaki przeżywają kobiety w łączeniu życia osobistego i zawodowego, oraz kpiąc z ich przywiązania do profesjonalizmu, memy pełnią rolę polegającą na konsolidacji genderowej konstrukcji władzy¹¹.

Przechodząc do koncepcji *gendered mediation*, którą uczyniono punktem odniesienia dla rozważań prowadzonych w artykule, należy wspomnieć, że Elisabeth Gindengil i Joanna Everitt, opierając się na pracach brytyjskich badaczek Annabelle Sreberny-Mohammadi i Karen Ross, opracowały wskazaną teorię pozwalającą zrozumieć rolę płci w relacjonowaniu wydarzeń politycznych. Pokazano genderowe wymiary komunikacji politycznej, czyli to, jak płeć kształtuje dyskurs polityczny, zachowania komunikacyjne i odbiór różnych typów aktorek oraz stopień, w jakim szkodzi lub pomaga tym osobom¹². Koncepcja opiera się na założeniu, że sposób relacjonowania polityki jest w znacznym stopniu zdeterminowany przez program zorientowany na mężczyzn, który uprzywilejowuje uprawianie polityki jako zasadniczo męskiego zajęcia. Obraz i język polityki zapośredniczonej podtrzymują zatem *status quo* (mężczyzna jako norma), a polityczkę postrzegają jako nowość. *Gendered mediation* nakreśla, jak politycy, dziennikarze i wyborcy wykorzystują pojęcie płci, seksualności w polityce. Innymi słowy, to próba pokazania, w jaki sposób identyfikacja płciowa, stereotypy kształtują kompetencje narracyjne polityków, dziennikarzy i społeczeństwa w obszarze konstrukcji na temat płci. Polityczna reprezentacja jest upłciowiona, jak również upłciowiona jest natura medialnego relacjonowania. Punkt ciężkości został w tej koncepcji przeniesiony z wykorzystywania kobiecych stereotypów na bardziej subtelną, ale prawdopodobnie bardziej podstępą formę uprzedzeń, która pojawia się, gdy konwencjonalne ramy polityczne są stosowane do kobiet-polityków. Czołowi badacze twierdzą, że komunikacja polityczna i sprawozdawczość nadal wzmacniają wrażenie, że polityka jest domeną męską. To tendencja do definiowania polityków przez tożsamość płciową. Role płciowe są płynne w czasie, oczekiwania społeczne nie zmieniają się tak szybko i mogą

¹¹ P. Tanusree, *Lockdown humor and gender ideologies: a critical analysis of social media mems*, „Südasiens-Chronik-South Asia Chronicle”, 2024, no. 13, s. 143–161.

¹² E. Gidengil, J. Everitt, *Metaphors and misrepresentation: gendered mediation in news coverage of the 1993 Canadian leaders debate*, „The Harvard International Journal of Press/Politics”, 1999, vol. 4, issue 1, s. 48–65.

pozostać ważnymi ograniczeniami lub zasobami dla polityków próbujących tworzyć publiczne wizerunki, przemawiające do elektoratu lub zapewniające użyteczne narzędzie heurystyczne dla mediów informacyjnych czy wyborców, którzy starają się zidentyfikować odpowiedniość polityka na urząd polityczny¹³.

Mediacja dotycząca płci podważa koncepcję neutralnego pod względem wartości języka wiadomości i opisuje, w jaki sposób język ten uwypukla łatwe do zidentyfikowania różnice między płciami w reprezentacji kobiet i mężczyzn¹⁴. Dziennikarze używają innych słów, opisując osoby różnej płci, przedstawiając akty mowy kandydatek, częściej pojawiał się język oceniany przez ankietowanych jako agresywny i negatywny. Natomiast negatywne i emocjonalne czasowniki były używane do opisu stylu mówienia polityków, a nie względem pojedynczego polityka¹⁵. Mediacja to proces, w którym jedna strona wykorzystuje stereotypy i powszechne oczekiwania dotyczące grup społecznych lub instytucji, aby kierować wyborem i/lub przekazywaniem informacji o innej stronie. Dołożenie do pojęcia mediacji słowa płeć sugeruje, że wyborcy otrzymają bardziej przefiltrowany obraz kobiet-polityków, a sam filtr będzie miał charakter płciowy. To filtrowanie oznacza, po pierwsze, że zachowanie kobiet-polityków będzie podlegać większej analizie niż ich męskich odpowiedników, a po drugie, że relacje medialne dotyczące kobiet będą odzwierciedlać tradycyjne męskie koncepcje polityki. Jedną z konsekwencji męskiego spojrzenia jest to, że dziennikarze mają tendencję do bagatelizowania agresywnych zachowań polityków-mężczyzn i wyolbrzymiania tego rodzaju zachowań u kobiet-polityków, gdyż one naruszają tradycyjne normy swojej płci. Jednocześnie kobiety zachęca się do podkreślania bardziej męskich cech, aby przeciwstawić je stereotypowym oczekiwaniom oraz zrównoważyć bardziej kobiece atrybuty, które są im przypisywane¹⁶. Właśnie taki kontekst wyrażnie i mocno wybrzmienia w koncepcji „podwójnego wiązania” Donatelli Campus¹⁷.

¹³ K. Ross, A. Sreberny, *Women in the House: Media representation of British politicians* [w:] *Gender, politics, and communications*, red. A. Sreberny, L. van Zoonen, Kampton Press 2000, s. 93.

¹⁴ M. Ette, *Journalism and Gendered Mediaton* [w:] *The International Encyclopedia of Gender, Media And Communication*, „John Wiley & Sons”, 2020.

¹⁵ E. Gidengil, J. Everitt, *Talking tough: gender and reported speech in campaign news coverage*, „Political Communication”, 2003, nr 3, s. 210.

¹⁶ A. Wagner, J. Everitt, *Gendered Mediaton: Identity and Image Making in Canadian Politics (Communication, Strategy, and Politics)*, Vancouver 2019; E. Gidengil, J. Everitt, *Metaphors...*, s. 48–65.

¹⁷ D. Campus, *Women Political Leaders and the Media*, London 2013.

Metodologia oraz wyniki badań obrazów posłanek w memach

Celem prowadzonych rozważań jest odpowiedź na pytanie, jaki obraz posłanek wylania się z klasycznych memów internetowych opublikowanych w serwisie Demotywatory.pl¹⁸. Ponadto sprawdzano mechanizm przedstawiony w koncepcji *gendered mediation* w badanych memach internetowych. Analizie poddano 109 klasycznych memów, w których pojawiło się słowo posłanka. Wykorzystano w tym celu wewnętrzną wyszukiwarkę badanego serwisu. Do analizy danych posłużył program IBM SPSS oraz klucz kategoryzacyjny przygotowany na potrzeby niniejszego badania, składający się z 10 zmiennych. Skalę kobiecości i męskości określono na podstawie inwentarza oceny płci psychologicznej (IPP) autorstwa S.L. Bem, opartego na przekonaniu, że kobiecość i męskość to dwa rozłączne osobowościowo wymiary, względnie od siebie niezależne, składające się z 15 cech kobiecych i 15 męskich¹⁹.

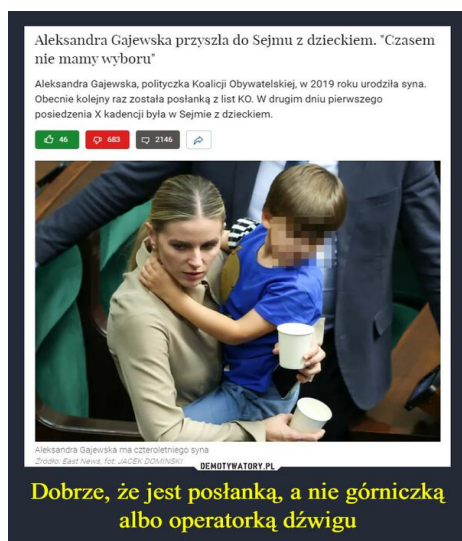
Postawiono hipotezę zakładającą, że w badanych memach eksponowano stereotypowe elementy płci, dewaluując obrazy posłanek, zgodnie z założeniami koncepcji *gendered mediation*. Postawiono również następujące pytania badawcze: 1) Jakiej tematyki dotyczą memy prezentujące posłanki?; 2) Do jakiej sfery (publiczna czy prywatna) przypisują posłanki twórcy memów?; 3) Jaki wydźwięk miały memy prezentujące postaci posłanek?; 4) Jak przedstawiano posłanki w warstwie wizualnej memów?; 5) Jakie ugrupowania polityczne reprezentowały kobiety ukazane w memach?; 6) Jakie cechy eksponowano w obrazach posłanek obserwowalnych w memach poddanych analizie?; 7) Jak oceniano atrybuty kobiece i męskie przypisywane posłankom w memach?

Wstępna weryfikacja materiału badawczego wykazała, że pod względem ilościowym dominują memy odnoszące się do posła, czyli męskiego odpowiednika parlamentarzysty, ponieważ 499 memów zawierało wyraz poseł, a 115 posłanka. Najczęściej w memach pojawiały się polskie posłanki (94,5% – 103), co nie jest zaskakującym wynikiem, zważywszy na fakt, że podstawą wyszukiwania było hasło „posłanka”. Zdecydowanie rzadziej uwzględniano polityczki zagraniczne (2,8% – 3). Wśród polskich posłanek dominowały kobiety reprezentujące prawicę (46,8% – 51), następnie lewicę (25,7% – 28) i centrum (17,4% – 19).

¹⁸ Według danych serwisu Wirtualne Media to najpopularniejszy serwis z memami w 2018 roku.

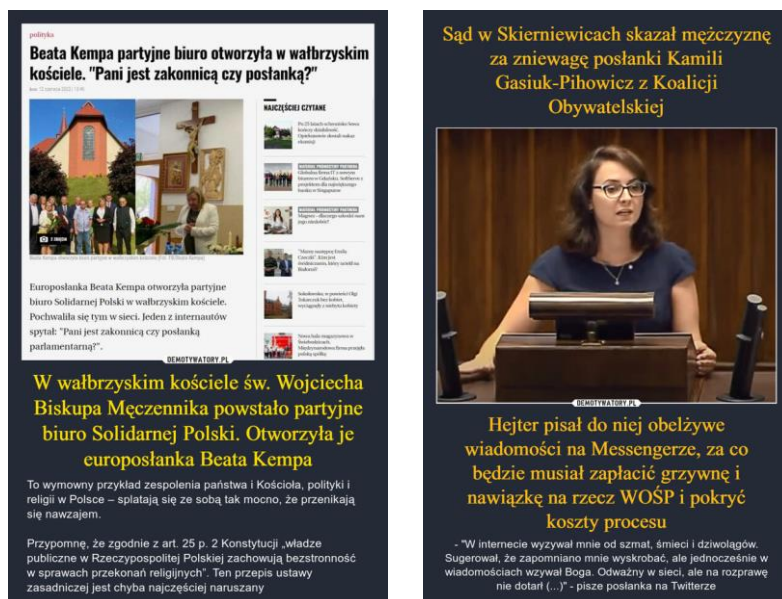
¹⁹ S.L. Bem, *Gender Schema Theory: A Cognitive Account of sex typing*, „Psychological Review”, 1981, nr 4, s. 354–364.

Analiza warstwy wizualnej wykazała, że na zdjęciach wykorzystanych w memach najczęściej pojawiały się kobiety (posłanki), które można zaobserwować w niemal połowie badanych memów (49,5% – 54). W 16,5% – 18 memach uwidoczniono postać kobiety i mężczyzny (najczęściej polityczki i polityka). Pojawiały się także obrazy ukazujące rzecz (5,5% – 6) oraz inne elementy, jak np. *screen* z wpisem zamieszczonym w sieci internetowej (10,1% – 11). Prezentowane w memach ilustracje miały zwykle wydźwięk neutralny (46,8% – 51), następnie pozytywny (14,7% – 16), mieszany (11,9% – 13), satyryczny (8,3% – 9) i negatywny (6,4% – 7). Potwierdzono również występowanie zjawiska fragmentaryzacji ciała, o którym piszą badacze obrazów medialnych kobiet, gdyż zdjęcia prezentowane w memach to głównie tułów uwidocznionych postaci (63,3% – 69), następnie cała postać (5,5% – 6) i głowa (1,8% – 2).



Ilustracja 1. Przykłady memów ukazujących posłanki w kontekście życia prywatnego

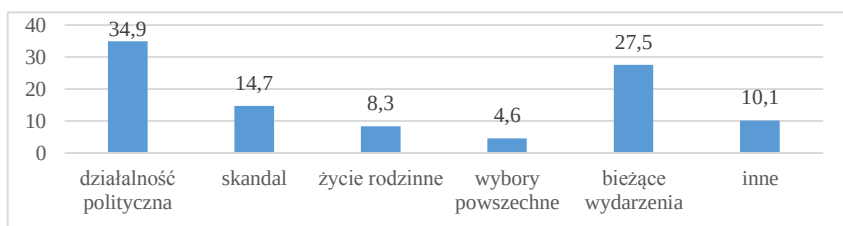
Źródło: Demotywatory.pl (6.10.2024).



Ilustracja 2. Przykłady memów ukazujących posłanki w kontekście życia publicznego i prowadzonej aktywności politycznej

Źródło: Demotywatory.pl (6.10.2024).

W badanych memach większość prezentowanych posłanek sytuowano w sferze publicznej (84,4% – 92), a zdecydowanie rzadziej w prywatnej (15,6% – 17). Jeśli chodzi o obszar prywatny, to przykładem może być mem, w którym podjęto temat życia małżeńskiego posłanki – mąż wybaczył jej zdradę, a ona zwraca się w modlitwie do świętych o pomoc w różnych kwestiach. Inny przykład to mem ukazujący posłankę zabierającą na obrady sejmiku swojego syna. Natomiast jeśli chodzi o sferę publiczną, to memy dotyczą aktywności politycznej podejmowanej przez prezentowane w nich posłanki; jest to np. informacja o otwarciu przez Beatę Kempę biura poselskiego w kościele.



Wykres 1. Dominująca w memach tematyka

Źródło: badanie własne (N = 109). Dane podano w %.

W memach najczęściej ukazywano posłanki w związku z prowadzoną przez nie działalnością polityczną (34,9% – 38) oraz bieżącymi wydarzeniami (27,5% – 30). Twórcy memów sięgali także po skandale, w które uwikłane były posłanki (14,7% – 16). Przykładem memów odnoszących się do skandalu może być materiał obrazujący sytuację potrącenia przechodnia przez posłankę, która deklarowała, że nie posiada samochodu, lub mem przedstawiający posłankę uwikłaną w romans z Ryszardem Petru. Czasami podejmowano temat życia rodzinnego posłanek i tutaj należy wspomnieć m.in. o memie poruszającym wątek samobójstwa syna polskiej posłanki. Natomiast najmniej popularną kategorią okazały się memy dotyczące wyborów powszechnych, stanowiące zaledwie 4,6% – 5 i tu jako przykład może posłużyć prześmiewczy mem prezentujący kobiety startujące w wyborach oraz plakat z Britney Spears opatrzony wezwaniem do głosowania na piosenkarkę.

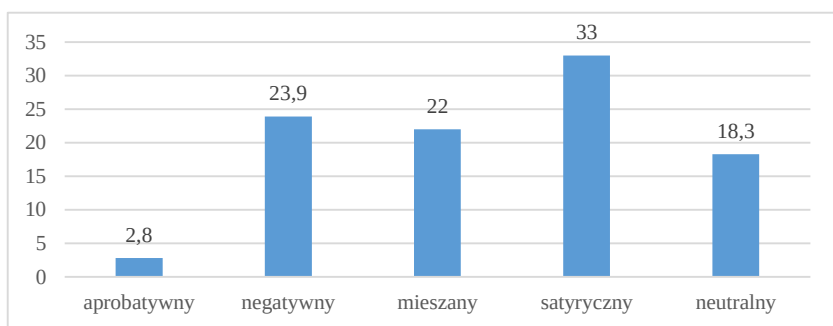


Ilustracja 3. Memy ukazujące skandal oraz odnoszące się do tematu wyborów powszechnych

Źródło: Demotywatory.pl (6.10.2024).

Z uwagi na charakter badanych materiałów, dominującym wydźwiękiem w memach poddanych analizie był satyryczny (33% – 36). Twórcy memów chętnie sięgali także po wydźwięk negatywny (23,9% – 26), następnie mieszany (22% – 24), neutralny (18,3% – 20) i najrzadziej po aprobatywny (2,8% – 3). Posłanki reprezentujące prawicę ukazywano najczęściej z wykorzystaniem wydźwięku negatywnego i satyrycznego. W obrazach posłanek lewicy dominowała satyra, zaś posłanki centrum

prezentowano zazwyczaj w sposób neutralny. Materiały odnoszące się do działalności politycznej posłanek miały zwykle wydźwięk satyryczny. Podejmując temat związany z bieżącymi wydarzeniami korzystano z wydźwięku mieszanego, zaś w przypadku memów odnoszących się do wyborów powszechnych stosowano głównie wydźwięk negatywny i satyryczny. Memom odnoszącym się do skandali towarzyszył wydźwięk negatywny, zaś tym dotyczącym życia rodzinnego posłanek najczęściej mieszany.

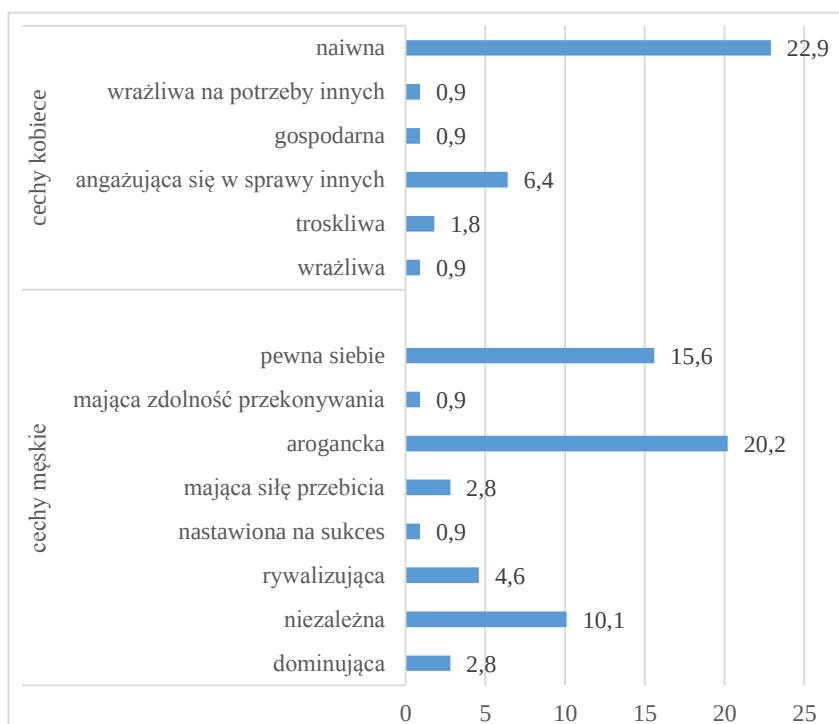


Wykres 2. Wydźwięk badanych memów

Źródło: badanie własne (N = 109). Dane podano w %.

Ukazując posłanki, twórcy memów koncentrowali się na eksponowaniu cech wzbudzających kontrowersje czy oburzenie. W konsekwencji z badanych memów wyłania się obraz posłanki jako osoby obłudnej (25,7% – 28), czyli takiej, u której czyny nie idą w parze z tym, co prezentuje publicznie. Kolejnym eksponowanym elementem była naiwność, a wręcz głupota (22,9% – 25), jako atrybut kobiet aktywnych w polityce. Wskazane cechy oceniano najczęściej satyrycznie, chociaż należy podkreślić, że obłudę częściej opatrywano wydźwiękiem negatywnym, zaś głupotę satyrycznym. Odnoszono się również do tego, jak posłanki realizują swoje obowiązki służbowe (21,1% – 23), do ich spraw rodzinnych (6,4% – 7), do reprezentowanej płci (3,7% – 4), do wyglądu (1,8% – 2) czy historii politycznej, ale sugerowano także niesamodzielność w obszarze podejmowanych przez posłanki działań politycznych (0,9% – 1). Realizację obowiązków służbowych oceniano neutralnie i w sposób mieszany. Memy dotyczące życia rodzinnego opatrywano najczęściej wydźwiękiem negatywnym. Materiały ukazujące posłanki w kontekście reprezentowanej płci miały charakter satyryczny, natomiast te dotyczące wyglądu opatrywano wydźwiękiem negatywnym i satyrycznym. Wątki odnoszące się do historii politycznej oceniano neutralnie, a z niesamodzielności posłanek kpiono.

Wykorzystując inwentarz oceny płci psychologicznej z grupy 15 cech przypisywanych kobietom w memach odnaleziono naiwność, wrażliwość na potrzeby innych, gospodarność, zaangażowanie w sprawy innych, troskliwość i wrażliwość. Natomiast w katalogu atrybutów męskich można w memach obrazujących posłanki wskazać pewność siebie, zdolność przekonywania, arogancję, siłę przebicia, nastawienie na sukces, rywalizację, niezależność i dominację.



Wykres 3. Cechy kobiece i męskie w obrazach posłanek uwidocznionych w badanych memach

Źródło: badanie własne (N = 109). Dane podano w %. Uwzględniono tylko memy obrazujące analizowane atrybuty.

W grupie cech stereotypowo przypisywanych kobietom twórcy memów najczęściej pokazywali naiwność (22,9% – 25) w obrazach posłanek, którą w ponad połowie memów tego rodzaju (52% – 13) opatrywano satyrą, a w 28% (7) ukazywano z wykorzystaniem wydźwięku mieszanego. Naiwność dostrzegano w związku z prowadzoną działalnością polityczną i szczególnie często eksponowano w odniesieniu do posłanek prawicy.



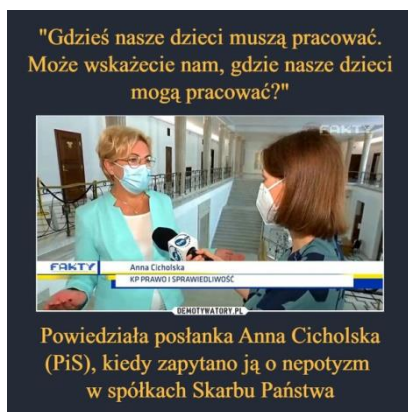
Ilustracja 4. Memy ukazujące posłanki jako osoby wyposażone w cechy stereotypowo kobiece

Źródło: Demotywatory.pl (6.10.2024).

Posłanki to także osoby angażujące się w sprawy innych (6,4% – 7) i kobiety troskliwe (1,8% – 2). Zaangażowanie w sprawy innych miało wydźwięk mieszany, satyryczny i neutralny. Memy ukazujące posłanki jako osoby troskliwe obrazowano z wydźwiękiem mieszanym lub neutralnym. Zaangażowanie w sprawy innych dostrzegano w kontekście bieżących wydarzeń i eksponowano w obrazach posłanek lewicy. Troskliwość ukazywano w odniesieniu do życia rodzinnego i wskazywano u posłanek centrum.

Natomiast wśród cech przypisywanych mężczyznom eksponowano arogancję (20,2% – 22), którą w połowie memów tego rodzaju oceniano negatywnie (50% – 11), a w 27% – 6 w sposób mieszany. Druga szczególnie widoczna cecha męska to pewność siebie (15,6% – 17), trzecią zaś jest niezależność (10,1% – 11). Pewność siebie twórcy memów naj-

częściej oceniali negatywnie, zaś niezależność w sposób neutralny. Arogancję szczególnie wyraźnie dostrzegano w związku z uwikłaniem się posłanki w jakiś skandal. Pewność siebie i niezależność wynikały z prowadzonej działalności politycznej. Arogancja i pewność siebie to cechy najczęściej przypisywane kobietom reprezentującym prawicę, a niezależność eksponowano w obrazach posłanek lewicy.



Ilustracja 5. Memy ukazujące posłanki jako osoby wyposażone w cechy stereotypowo męskie

Źródło: Demotywatory.pl (6.10.2024).

Zakończenie

Najczęściej w memach odwoływano się do polskich posłanek i w tej grupie dominowały obrazy kobiet reprezentujących prawicę. Komentowano prowadzoną przez posłanki działalność polityczną, a w konsekwencji twórcy memów sytuowali postaci posłanek w sferze publicznej. Dominującym wydźwiękiem był satyryczny, jednak należy podkreślić, że drugim najczęściej wykorzystywanym w memach był wydźwięk negatywny. Jeżeli chodzi o warstwę wizualną, to wykazano, że najczęściej ukazywano tułów, a tym samym znalazła potwierdzenie teza o fragmentaryzacji ludzkiego ciała w przekazach medialnych.

Obrazy posłanek opierano zazwyczaj na prezentacji czy też podkreślaniu cech przypisywanych danej płci. W badanym materiale częściej eksponowano cechy tzw. męskie (57,9% – 63) niż kobiece (33,8% – 37). Dominujące atrybuty przypisywane mężczyznom, a widoczne w memach obrazujących posłanki, to arogancja i pewność siebie, którym towarzyszyły wydźwięki negatywne. Natomiast w grupie cech stereotypowo przynależących do kobiet najczęściej w obrazach posłanek wskazywano naiwność, co miało wydźwięk satyryczny.

Przeprowadzone analizy potwierdziły słuszność założeń koncepcji *gendered mediation*, ponieważ: a) posłanki pozycjonowano przez pryzmat cech męskich, potwierdzając w ten sposób, że polityka to sfera męska, do której kobiety nie pasują; b) dominujący wydźwięk negatywny w obrazach posłanek wyposażonych w cechy męskie pokazuje brak akceptacji dla męskich postaw realizowanych przez kobiety aktywne w polityce; c) niższy udział cech kobiecych oraz towarzyszące im negatywne wydźwięki ukazują stosunek twórców memów do atrybutów tzw. kobiecych. W tym miejscu należy jeszcze podkreślić, iż znajduje tutaj zastosowanie teoria podwójnego wiązania, gdyż zbyt męskie posłanki nie są akceptowalne, podobnie jak polityczki prezentujące elementy kobiece. Dominujący męski atrybut, czyli arogancję, krytykowano, zaś najbardziej eksponowany element kobiecy w obrazie posłanek, czyli naiwność, traktowano satyrycznie.

Rama płci nałożona na obrazy posłanek prezentowane w memach skutkuje wysokim stopniem analiz zachowań polityczek, a relacje dotyczące kobiet aktywnych w polityce odzwierciedlają tradycyjnie męskie koncepcje polityki. Konsekwencją tego rodzaju spojrzenia jest wyolbrzymianie agresywnych zachowań posłanek, ponieważ naruszają one tradycyjne normy swojej płci. Doskonałym przykładem są memy prezentujące posłankę Lichocką wysuwającą środkowy palec, co było jej reakcją na sprzeczny z postulatami opozycji wynik głosowania dotyczącego przekazania środków finansowych na TVP, a nie na leczenie osób bory-

kających się z chorobą nowotworową. Memy obrazujące zachowanie posłanki to był najczęściej eksponowany wątek w całym materiale poddanym badaniu. Ponadto należy zaznaczyć wysoki udział treści ukazujących posłanki jako bohaterki skandali o charakterze nadużyć władzy, jak nepotyzm w zakresie obsadzania stanowisk członkami rodzin polityczek czy nadużycia finansowe (kilometrówki, zeznania podatkowe).

Sposób prezentowania posłanek w memach jest istotny z uwagi na wskazane na początku zasięgi *social mediów*, które służą jako kanały dystrybucji memów, oraz ze względu na fakt, że tak ukazywane polityczki stanowią odbicie stereotypowego postrzegania płci, co może nie tylko oddziaływać na opinie dotyczące kobiet w świecie polityki, ale także na decyzje potencjalnych wyborców.

Bibliografia

- Campus D., *Women Political Leaders and the Media*, London 2013.
- Gbadegesin V.O., *Gender ideology and identity in humorous social media memes*, „Digital Scholarship in the Humanities”, 2020, vol. 35, issue 3.
- Gidengil E., Everitt J., *Metaphors and misrepresentation: gendered mediation in news coverage of the 1993 Canadian leaders debate* „The Harvard International Journal of Press/Politics”, 1999, vol 4, issue 1.
- Gidengil E., Everitt J., *Talking tough: gender and reported speech in campaign news coverage*, „Political Communication”, 2003, nr 3.
- Leiser A., *Spreadable media, citizens, and participatory culture: Uses and effects of political Internet memes* (doktorat), Uniwersytet w Bremie, <https://media.suub.uni-bremen.de> (29.09.2024).
- Lyons B., *Insidiously trivial: how the political meme format drives down corrective intent*, „Media and Communication”, 2022, nr 3.
- Oślizło M., *Memy wyszły na ulicę. Transkryptywny i multimodalny charakter transparentów strajku kobiet* [w:] *Wokół strajków kobiet*, red. E. Dziwak, K. Gheorghe, Katowice–Kraków–Łódź 2021.
- Piskorz K., *Internet nie śpi, internet reaguje. Memy internetowe jako forma komentarza do bieżących wydarzeń społecznych i politycznych*, „Zeszyty Prasoznawcze”, 2015, t. 58, nr 3.
- Ross K., Sreberny A., *Women in the House: Media representation of British politicians*, [w:] *Gender, politics, and communications*, red. A. Sreberny, L. van Zoonen, Kampton Press 2000.
- Schmid U.K., Schulze H., Drexel A., *Memes, humor, and the far right's strategic mainstreaming*, „Information, Communication & Society”, 2024.
- Tanusree P., *Lockdown humor and gender ideologies: a critical analysis of social media memes*, „Südasiens-Chronik-South Asia Chronicle”, 2024, no. 13.
- Wagner A., Everitt J., *Gendered Mediation: Identity and Image Making in Canadian Politics (Communication, Strategy, and Politics)*, Vancouver 2019.
- Wójcicka M., *Memy internetowe jako multimodalny gatunek pamięci zbiorowej*, Lublin 2019.

Image of female MPs in internet memes

Abstract

The analysis carried out in this article is part of women's media studies, and its aim was to answer the question of what image of female MPs emerges from the researched media materials. An analysis of the content of classic Internet memes published on the Demotyworthy.pl website was conducted in order to verify the hypothesis assuming that stereotypical gender elements were exposed in the studied memes, devaluing the images of female MPs, according to the assumptions of the gendered mediation concept. It was found that the presentations of female MPs were dominated by attributes stereotypically attributed to men, and as a consequence, politics was treated as a male sphere, inappropriate for women. The creators of the memes evaluated negatively the masculine attributes visible in the images of female MPs, while the feminine attributes, which were less frequently exposed in the studied memes, were treated satirically. The analyses carried out confirmed the hypothesis and the congruence of the assumptions of gendered mediation with the way female MPs were depicted in the studied Internet memes.

Keywords: meme, female MP, gender, gender stereotypes, gendered mediation