



You have downloaded a document from  
**RE-BUŚ**  
repository of the University of Silesia in Katowice

**Title:** The selfish selfies

**Author:** Dobrosława Wężowicz-Ziółkowska

**Citation style:** Wężowicz-Ziółkowska Dobrosława. (2015). The selfish selfies. "Teksty z Ulicy" (Nr 16 (2015), s. 161-172).



Uznanie autorstwa - Użycie niekomercyjne - Bez utworów zależnych Polska - Licencja ta zezwala na rozpowszechnianie, przedstawianie i wykonywanie utworu jedynie w celach niekomercyjnych oraz pod warunkiem zachowania go w oryginalnej postaci (nie tworzenia utworów zależnych).



UNIwersYTET ŚLĄSKI  
W KATOWICACH



Biblioteka  
Uniwersytetu Śląskiego



Ministerstwo Nauki  
i Szkolnictwa Wyższego

## The Selfish Selfies

### Streszczenie

Artykuł omawia zjawisko selfie-manii w kontekście dokonań i ustaleń memetyki, nauki o samolubnych replikatorach, zainicjowanej przez prace Richarda Dawkisa. Tezę, że rejestrowana aktualnie mania jest przejawem aktywności wirusów umysłu, obojętnych na przeżycie propagujących je nosicielei, uzasadnia teoriami odnoszącymi to zjawisko do *the thought contagion* i presji wywieranej na rozwój mediów/nowych technologii – wektorów wspomagających replikację samolubnych memów. Przedstawia diagnozę selfizmu, odnosząc się do memetycznych koncepcji infekcji i proponuje drogi unikania zgubnych zarażeń, poprzez upowszechnianie wiedzy memetycznej.

### Słowa-klucze

selfie, wirus umysłu, zarażenie, media, memetyka

## The Selfish Selfies

### Summary

The article focuses on the phenomenon of the selfie-mania in the context of the findings of memetics, science based on the idea of the selfish replicator, originating in the works of Richard Dawkins. Thesis that the current selfie-mania is symptomatic of the activity of viruses of mind, unconcerned with the survival of their carriers, is explained with the help of theories referring it to the idea of *the thought contagion* and the pressure on the expansion and development of media and new technologies - vectors helping to replicate the selfish memes. The article offers a diagnosis of the selfie-mania relaying on the memetical concept of infection and proposes ways of avoiding the harmful infections by raising awareness of memetics knowledge.

### Keywords

selfie, thought contagion, infection, media, memetics

Pośród licznych zachowań naśladowczych, które zwykliśmy najczęściej nazywać modą, zatem terminem, który w istocie niczego nie wyjaśnia, choć zdaje się satysfakcjonować wszystkich, dziś zdecydowanie wyróżnia się *Selfie* – mania. Jej przedmiot doczekał się nawet swej definicji w ogólnodostępnych encyklopediach internetowych, takich jak Wiki, gdzie jest dookreślany jako:

rodzaj fotografii autoportretowej, zazwyczaj wykonywanej z trzymanego w ręku lub na kijku do selfie aparatu cyfrowego, kamery lub telefonu komórkowego. Zdjęcie przedstawia zazwyczaj samego siebie (w tym przypadku fotografa) lub jego odbicie w lustrze. Selfie są związane z mediami społecznościowymi (Facebook, Twitter, Instagram), ponieważ tam najczęściej są umieszczane. Selfie może przedstawiać również grupę osób, znajdujących się w centrum ustawienia, gdzie jedna z nich robi zdjęcie. Takie selfie nazywane są jako „grupowe selfie”<sup>1</sup>

Chociaż wikipedyczne definicje naznaczone są w nauce (zwłaszcza tradycyjnej humanistyce) anatemą, wydaje się, że akurat powyższa trafnie wyjaśnia, czym jest *selfie*, szczególnie komuś, kto o nim nic jeszcze nie wie, acz niewiedzących jest zdecydowanie mniej niż wiedzących, a nawet osobiście praktykujących. Co nie pozostaje bez związku z zagadnieniem, jakie zamierzam tu podjąć, wraz z propozycją jego pogłębionego rozumienia w kontekście memetycznym. Autor hasła w Wiki podaje także genezę *selfie*, trafnie łącząc ją z rozwojem sztuki fotograficznych autoportretów, sprowokowanej pojawieniem się przenośnego aparatu – Kodak Brownie w 1900 roku i prawdopodobną najwcześniejszą *selfie*, wykonaną przez nastoletnią księżnę Anastazję Nikolajewną<sup>2</sup>, która jako jedna z pierwszych nastolatek na świecie (dysponujących ongiś tak nowoczesnym sprzętem), zrobiła sobie zdjęcie z pomocą lustra, aby wysłać je do przyjaciela<sup>3</sup>. Uzupełnia także, iż najwcześniejsze użycie słowa z *selfie* można odnaleźć w 2002 roku. Tempo szerzenia się słowa *selfie*, wraz z wyjaśnieniem, iż sufix „-ie” to zdrobnienie pierwotnej formy „self-y”, zyskujący większą popularność w uzusie językowym użytkowników tego terminu, dobrze obrazuje schemat zamieszczony przez „The Guardian” w 2013 roku, kiedy to *selfie* zostało ogłoszone słowem roku przez program badań językowych Oxford Dictionaries. Znajdujemy tu również wpis na forum ABC Online, w którym po raz pierwszy ów termin się pojawił.

Przyjmując zatem, że wiemy, czym jest *selfie*, a nawet znamy jego techniczne i językowe źródło, spróbuję skupić się na tych jego wymiarach, które dotąd nie zostały rozpoznane, a – w moim przekonaniu – rozpoznania wymagają, bo dotyczą istoty kwestii, jakimi para się memetyka, ale i – szerzej – antropologia społeczna.

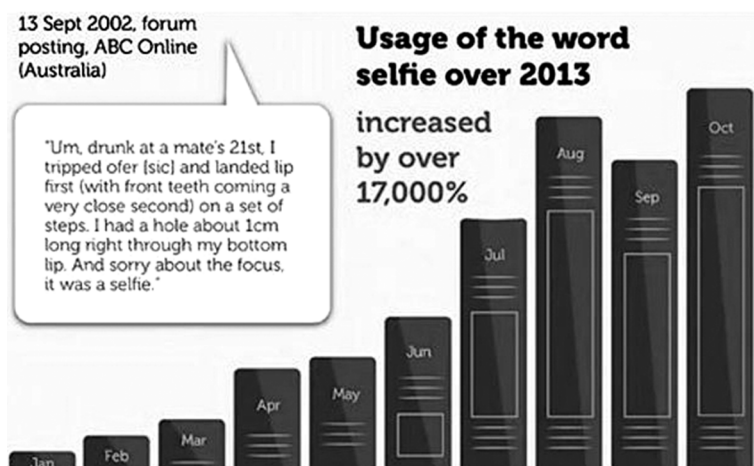
Obserwatorzy tego zjawiska (a przyznać trzeba, że nie umknęło ono uwagi nie tylko programom Oxford Dictionaries, czy wytrawnym badaczom kultury współczesnej<sup>4</sup>), a szczególnie zaś wyczuleni na nowości dziennikarze w swoich doniesieniach o szerzeniu się *selfie*, często mówią o nim, zgodnie zresztą z poetyką mediów, w kategoriach sensacji, newsów, eksponujących

<sup>1</sup> <https://pl.wikipedia.org/wiki/Selfie>, dostęp 05.10.2015

<sup>2</sup> Anastazja Nikolajewna Romanowa, ur. 18 czerwca 1901 w Peterhofie, zm. 17 lipca 1918 w Jekaterynburgu – wielka księżna Rosji, najmłodsza córka cara Mikołaja II, ostatniego władcy Imperium Rosyjskiego, i jego żony Aleksandry Fiodorowny <https://www.google.pl/webhp?sourceid=chrome=chrome&instant&ion1=&espv2=&ie=UTF8-#q=anastazja%20niko%20C5%82ajewna%20romanowa%20rodze%20C5%84stwo>

<sup>3</sup> <https://pl.wikipedia.org/wiki/Selfie>, dostęp 05.10.2015

<sup>4</sup> Zob. np. P. Grochowski, „Sweet focia” jako gatunek foto-folkloru i formuła komunikacyjna, „Kultura Współczesna” 2014 nr 2, czy <http://malakulturawspolczesna.org/category/selfie-102014/> w całości poświęcony selfie.



Fot. 1: Selfie promotion... grafika ukazuje wzrost liczby użyć słowa *selfie* w 2013 r. Źródło: Oxford Dictionaries Oxford English Dictionaries<sup>5</sup>

sytuacje graniczne – zagrożenie, śmierć, utratę twarzy w skandalu – zawsze gwarantujących zainteresowanie czytelnika. I tak na portalach Wirtualnej Polski, Interii, Gazety, Onetu znajdujemy, co rusz, doniesienia o kolejnych ofiarach „selfizmu” [termin własny autora], a więc informacje o śmierci autoportrecisty, tak pochłoniętego pragnieniem uwiecznienia własnej osoby w niezwykłych/ekstremalnych/zadziwiających okolicznościach (chciałoby się dodać „przyrody”), że przy tej sposobności tracącego życie. Dziennikarka WP, Amanda Siwek informuje na przykład:

Jak wynika z relacji świadków, mężczyzna usiłował zrobić sobie zdjęcie podczas lotu z mostu do Wisły. Wskoczył do rzeki, ale nie udało mu się złapać wiosła przepływającej obok łódki i utonął. Szukał lepszego ujęcia, znalazł śmierć. Ratownicy przeszukiwali koryto rzeki na odcinku pomiędzy mostami Świętokrzyskim a Śląsko-Dąbrowskim kilka dni, zanim udało im się znaleźć ciało<sup>6</sup>

W jej artykule można znaleźć również inne przykłady selfizmu:

23-letnia Sylwia, podczas zwiedzania Sewilli, robiąc kolejne selfie, spadła z bulwaru na kamienisty brzeg rzeki. Stała tyłem, wyciągała rękę, chciała ująć i siebie, i słynny most. Nie zauważyła kamiennego murku, potknęła się i spadła ze skarpy. Doznała rozległych obrażeń głowy i zmarła w szpitalu. Swego czasu głośna była także historia polskiej pary, która spacerowała brzegiem klifu na przylądku Cabo da Roca w Portugalii. Osierociła dwójkę dzieci. – Wszystko wskazuje na to, że rodzice chcieli zrobić sobie zdjęcie na skraju przepaści – mówił wówczas kpt. Pinto Moreira z portugalskiej policji morskiej.<sup>7</sup>

I może jeszcze jeden przykład:

Ksenia robiła sobie zdjęcia, balansując na trapie zawieszonym na dużej wysokości. Rosjanka straciła równowagę i spadła. Zginęła na miejscu. Nikolaj myślał, że zdjęcie zrobione podczas jazdy motocyklem

<sup>5</sup><http://www.theguardian.com/books/2013/nov/19/selfie-word-of-the-year-oed-olinguito-twerk>

<sup>6</sup><http://wiadomosci.wp.pl/kat,1329,title,Niebezpieczne-selfie-Nie-zdajemy-sobie-sprawy-z-powaznych-konsekwencji-tej-mody,wid,17788855,wiadomosc.html> [dostęp 10.10.2015]

<sup>7</sup>Tamże.

będzie świetnym profilowym. Chwilę później zderzył się czołowo z autem. Dwóch chłopaków z Moskwy zginęło, pozując do zdjęcia z odbezpieczonym granatem. Granat wybuchł szybciej niż zadziałała migawka aparatu. Z kolei kilka dni temu 14-latka z Moskwy zginęła, bo chciała sobie zrobić selfie na dachu cysterny.<sup>8</sup>

Danych dotyczących tragicznych śmierci podczas wykonywania super-fotki z myślą o zawieszeniu jej na Facebooku, Twitterze, Instagramie, przybywa<sup>9</sup>. „Jak podały rosyjskie media, w tym roku [2015 – D.W.Z.] już 10 obywateli tego kraju zginęło robiąc sobie zdjęcie z ręki smartfonem, a ponad 100 osób odniosło obrażenia. W związku z tym, rząd w Moskwie rozpoczął kampanię społeczną „bezpieczne selfie”<sup>10</sup>. Aczkolwiek kampania społeczna to jeszcze nie ogłoszenie stanu zagrożenia epidemicznego, także ona jest dowodem budzącego niepokój wzrostu zachowań ryzykownych dla zdrowia i życia posiadaczy podręcznych aparatów fotograficznych z funkcją *auto* oraz osób znajdujących się w ich pobliżu. A jak wynika z coraz to nowych doniesień, bywają one również niebezpieczne dla cennych obiektów sztuki i architektury.<sup>11</sup> Nasuwający się wniosek, że selfie-mania opanowała nieomal każdego, kto posiada narzędzie wykonywania takich fotografii, należy w tym miejscu uzupełnić o informację dodatkową – obecnie każdy wprowadzany do obiegu smartfon posiada opcję „selfie/autoportret”, zachęcającą i ułatwiającą ich wykonywanie<sup>12</sup>. I chociaż studia nad *management policy* producentów takich urządzeń nie należą tu do głównego nurtu rozważań, trudno nie dostrzec, że do upowszechnienia się /rozpowszechniania się selfie-mani znacząco przykładają się twórcy nowoczesnych technologii telekomunikacyjnych, czy szerzej – po prostu producenci nowych mediów. Zagadnienie zawarte w pytaniu, czy szybko reagują na popyt, czy też go tworzą, pozostawiam chwilowo bez odpowiedzi, ale najpewniej wkrótce przyjdzie nam do niego powrócić.

Wspomniana wyżej Amanda Siwek, w swoim nie tak powierzchownym, jakby się przypuszczało z racji miejsca publikacji, tekście o selfie, o przyczyny jego popularności pytała polskich specjalistów z różnych dziedzin. I uzyskała następujące wyjaśnienia:

Socjolog internetu, dr Dominik Batorski z Uniwersytetu Warszawskiego twierdzi, że to z powodu naszego poszukiwania akceptacji w internecie. - Dużo osób wykorzystuje zdjęcia umieszczane na serwisach społecznościowych jako narzędzie budowania własnego wizerunku – mówi ekspert. Jego słowa potwierdza dr hab. Mirosław Pęczak, socjolog Uniwersytetu Warszawskiego: „Jest taka grupa, która na okrągło wrzuca swoje zdjęcia. Wśród młodych użytkowników to, ile ma się lajków pod zdjęciem od znajomych, jest swoistym dowodem na popularność, znakiem prestiżu.[...] Profesor Henryk Domański z Polskiej Akademii Nauk także zwraca uwagę na różnicę pokoleniową. - To głównie młodzi ludzie, dla których

<sup>8</sup>Tamże.

<sup>9</sup>[http://www.corriere.it/salute/15\\_settembre\\_24/se-selfie-uccidono-piu-squali-6625f102-62af-11e5-95fc-7c4133631b69.shtml](http://www.corriere.it/salute/15_settembre_24/se-selfie-uccidono-piu-squali-6625f102-62af-11e5-95fc-7c4133631b69.shtml)

<sup>10</sup><http://www.rmfm.com/magazyn/news,550,zabojcze-selfie-rosjanie-przestrzegaja-przed-konsekwencjami-ro-bienia-sobie-zdjec-z-reki.html> [dostęp 11.10.2015] Informacje także w „Corriera della Sera” z września 2014, gdzie fotografia rosyjskiej broszury, ostrzegającej o niebezpieczeństwie selfie w różnych miejscach

<sup>11</sup> „Corriere della Sera” z marca 2014 roku podała, iż za sprawą nastolatka, który chciał zrobić sobie selfie, zniszczeniu uległa cenna kopia antycznej rzeźby „Pijany Satyr”, znajdująca się w Akademii Sztuk Pięknych Brera w Mediolanie <http://podroze.onet.pl/aktualnosci/chcial-zrobic-fotke-selfie-zniszczyl-rzezbe-satyra-w-akademii-sztuk-pieknych-brera-w/7bmrw>.

<sup>12</sup>Ba, posiada także aplikację Snapchat - Photo app for cats, która pozwala na wykonywanie selfi przez naszego kota! <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.snapcat.app&hl=pl> Podaję dzięki uprzejmości Emilii Wieczorkowskiej, redaktor tematycznej tego numeru „Tekstów z Ulicy”.

internet jest naturalnym narzędziem komunikacji, zamieszczają zdjęciowe autoportrety – komentuje socjolog PAN. [...] Prof. Robert Cieślak, kulturoznawca z Uniwersytetu Warszawskiego, wskazuje na jeszcze jedną przyczynę mody na autoportrety. – Fenomen selfie jest próbą zachowania siebie. Wygląda na to, że często robimy sobie zdjęcie, bo chcemy niejako przezwyciężyć śmierć – dodaje ekspert z UW. Czasami jednak zamiast oszukać śmierć, sami ją na siebie sprowadzamy<sup>13</sup>

W żadnym z nich, zauważmy, nie znajdziemy interpretacji, o jaką zjawisko to wręcz się prosi, czyli interpretacji memetycznej. Oczywiście, nie jest ona obowiązkowa, ale postaram się wykazać, że może być zdecydowanie bardzo przydatna. Patrząc też z memetycznej perspektywy, warto nadmienić, iż istotę zjawiska, o które pytała ekspertów, najtrafniej uchwyciła właśnie sama autorka artykułu, pośród danych ze świata i wskazanych wyżej opinii naukowców pomieszczając własny komentarz, który zresztą doskonale może posłużyć jako podtytuł kolejnej partii proponowanych tu namysłów nad selfie-manią.

### „Mimo że my kochamy »zdjęcia z rąs«, one nas – niekoniecznie”<sup>14</sup>.

Powyższemu sformułowaniu można zarzucić dokładnie to samo, co zarzucano już Richardowi Dawkinsowi odnośnie zastosowania terminu *the selfish* (samolubny) w odniesieniu do genu i memu w znanej pracy *The Selfish Gene* z 1976 r.<sup>15</sup>, a mianowicie nieuzasadnioną personifikację obiektu, który nie posiada uczuć ani woli<sup>16</sup>. Jak jednak pokazało minione czterdziestolecie rozwoju biologii i memetyki, aktualnie „nadużycie” Dawkinsa zostało zaakceptowane, szczególnie dzięki zrozumieniu, iż samolubność replikatorów (genu i memu) to nic innego, jak ich nastawienie na autoreplikację, wynikającą z darwinowskich mechanizmów życia, pojmowanego jako walka o zasoby i przetrwanie w zmieniającym się środowisku. W podstawowych założeniach memetyki – nauki o życiu informacji kulturowej, przyjmującej rozstrzygnięcia ewolucjonistyczne za obowiązujące także dla memów, definiowanych w *Oxford English Dictionary* jako „Element kultury, który można uważać za przekazywany drogą niegenetyczną, szczególnie przez naśladownictwo”<sup>17</sup>, założenie o samolubnej autoreplikacyjności memów jest równie istotne, jak w całej biologii ewolucyjnej<sup>18</sup>. Pozwala też mówić memetykom, że memy „chcą się replikować”, a dobro ich nosiciela/wehikułu nie jest „ich celem”. Przeciwnie, jeśli unicestwienie nosiciela przełoży się na replikacyjny sukces jakiejś jednostki przekazu kulturowego, jak określa memy sam Dawkins<sup>19</sup>, droga ta z pewnością zostanie wykorzystana z konsekwencją i przemyślnością, z jaką błonkoskrzydłe z rodziny *Sphecidae* wykorzystują sparaliżowane lub zabite owady do karmienia swych larw, a motylczka wątrobowa doprowadza do śmierci mrówki w trzewiach

<sup>13</sup><http://wiadomosci.wp.pl/kat,1329,title,Niebezpieczne-selfie-Nie-zdajemy-sobie-sprawy-z-powaznych-konsekwencji-tej-mody,wid,17788855,wiadomosc.html> [dostęp 10.10.2015].

<sup>14</sup>Tamże.

<sup>15</sup>R. Dawkins, *The Selfish Gene*, Oxford: Oxford University Press 1976 [wyd. polskie: R. Dawkins, *Samolubny gen*, przeł. M. Skoneczny, Prószyński i S-ka, Warszawa 1996].

<sup>16</sup>Więcej na temat tej krytyki m. in. w D. Wężowicz-Ziółkowska, *Moc narrativum. Idee biologii we współczesnym dyskursie humanistycznym*, Katowice 2008.

<sup>17</sup>Oxford English Dictionary 1992.

<sup>18</sup>Na temat zasadności stosowalności praw ewolucji do kultury z perspektywy memetyki zob. D. Wężowicz-Ziółkowska, *Antropologia a „darwinizm kosmiczny”. Pytania o zmianę paradygmatu*, „Zeszyty Etnologii Wrocławskiej”, 2015 nr 1.

<sup>19</sup>R. Dawkins, *Samolubny gen*, przeł. M. Skoneczny, Prószyński i S-ka, Warszawa 1996, s. 266.



bydła, by osiągnąć postać dojrzałą do rozrodu<sup>20</sup>. Założenie o samolubności memów pozostaje zresztą w zgodzie z pierwszymi ustaleniami Dawkinsa, a za nim na przykład Susan Blackmore, czy Richarda Brodie<sup>21</sup>. Uznając prawa ewolucji replikatorów, memetycy potwierdzają również długowieczność, wierność i płodność (warunek konieczny i wystarczający) tych jednostek oraz ich zdolność do powoływania do życia swych socjotypów – partii, kościołów, klubów, szkół itp., analogicznych do fenotypów jako ekspresji genów. Przyjmują też, że najskuteczniejszą drogą replikacji memów nie jest stara, utrwalona w przyrodzie ścieżka transferu pokoleniowego „z ojca na syna”, ale bardziej innowacyjna, a stosowana m.in. przez wirusy, metoda szerzenia się przez zarażanie. Zamiast, jak geny, pracowicie budować powolne maszyny reprodukcyjne (osobniki zdolne do rozmnażania, czyli powielania genotypu), memy – niczym wirus wścieklizny – szerzą się najskuteczniej dzięki szybkim w czasie „ukąszeniom” licznych nosicieli. To skłoniło nawet większość memetyków, w tym Dawkinsa, do określania memów jako wirusów umysłu i mówienia o epidemiach/modach/maniach jako efektach socjotypowych takiej właśnie aktywności samolubnych memów<sup>22</sup>.

W kategoriach wirusa umysłu i prowokowanych przez niego epidemii, analizuje też na przykład zachowania społeczne, rejestrowane na świecie po śmierci Lady Diany w 1997 r., zorientowany memetycznie, światowej sławy psycholog społeczny Paul Marsden. W artykule „*Wirus kraksy i śmierć Diany. Memetyka jako nowy paradygmat rozumienia zachowań zbiorowych*” stwierdza on:

Możemy zrozumieć naszą reakcję na śmierć Diany bez odwoływania się do zdraдлиwego pojęcia jaźni, jeżeli zrozumiemy, że zostaliśmy zarażeni wirusem, wirusem umysłu. Fenomen ten może być wyjaśniony jako zarażenie, masowa epidemia, która w błyskawicznym tempie objęła całą masę mózgow. Wirtualny wirus przejął urządzenia kopiujące w naszych mózgach, aby skopiować się w mózgach innych zarażonych w procesie komunikacji. W ten sposób wieść o śmierci Diany rozprzestrzeniła się za pomocą globalnej wersji „głuchego telefonu”<sup>23</sup>.

Jak widać, nie odwołuje się on ani do pokoleniowych uzależnień od mediów społecznościowych, ani do, ponoć tylko ludzkich, fundamentalnych problemów śmierci i zapomnienia. Wskazuje natomiast na rozstrzygnięcia memetyki i zauważa:

Memetycy przekonują, że zamiast poszukiwać jakichś tajemniczych przyczyn naszych zachowań w wewnętrznych stanach umysłu należy skupić się na tym, jaką informację przenosimy poprzez nasze działania. Dlaczego niektóre memy są bardziej zaraźliwe niż inne? Dlaczego ludzie zarażają się memem, który każe im rzucić się z przepaści w dół? [...]. Zamiast pytać, dlaczego ci i ci wierzą w pewną ideę lub też dlaczego zachowują się w określony sposób (np. po śmierci Diany), memetycy pytają, co jest takiego w danych działaniach, co powoduje, że inni je naśladowują i w jaki sposób rozprzestrzenia się taka infekcja.<sup>24</sup>

<sup>20</sup> Na temat strategii uśmiercania nosiciela w celu przeżycia zob. <http://pej.cz/6-najstraszniejszych-i-najlepiej-przystosowanych-pasozytow-swiatego-a3304>

<sup>21</sup> Zob. R. Dawkins, *Samolubny gen...*; S. Blackmore, *Maszyna memowa*, przeł. N. Radomski, Rebis, Poznań 2002; R. Brodie, *Wirus umysłu*, przeł. P. Turski, TeTa Publishing, Łódź 1997.

<sup>22</sup> R. Brodie, *Wirus umysłu...*

<sup>23</sup> P. Marsden, „*Wirus kraksy i śmierć Diany. Memetyka jako nowy paradygmat rozumienia zachowań zbiorowych*”, w: *Infosfera...*s. 135.

<sup>24</sup> Tamże, s. 139.

Zgodnie z takim rozpoznaniem, stanowiącym tylko drobny przykład memetycznych interpretacji manii, ogarniających od czasu do czasu różne społeczeństwa ( a zaliczyć do nich należy również werteryzm, hitleryzm, islamizm, katolicyzm, regionalizm itp.) omawiany tu „selfizm” można zdiagnozować jako przejaw wzmożonej aktywności samolubnego memu *selfie*, atakującego w postępie geometrycznym (epidemicznym) miliony umysłów podatnych na wirusa, przypadkowo (jak to w ewolucji), acz skutecznie zasianego w 2002 roku przez nieco wstawionego, młodego Australijczyka, który spadając ze schodów niechcący wykonał swój autoportret „z rąsi” i wysłał go znajomym z wyjaśnieniem, że była to selfie-wpadka. Aby jednak dobrze zrozumieć tę gorączkę umysłów, jaka niewątpliwie towarzyszy selfie-maniakom, tracącym życie na torach kolejowych, w odmętach Wisły, na urwiskach Cabo da Roca, w wybuchających cysternach, podczas błyskawicznych sesji z rewolwerem, bulterierem, czy granatem, trzeba poznać istotę i metody działania takich wirusów.

### Zaraźliwe wzorce informacji albo jak to działa?

Warunki replikacji jednostek imitacji kulturowej, infekujących ludzkie umysły, badane są przez memetyków od 1976 r., kiedy to Dawkins opublikował pierwszą wersję swego *The Selfish Gene*. Doprowadziły one do ustalenia specyfiki ich wirusowego działania, potwierdzając wyjściowe założenie o mimetycznym charakterze przekazu kulturowego. Było ono zresztą sformułowane już w XIX stuleciu przez tak wybitnych badaczy życia społecznego, jak Gabriel Tarde, który naśladownictwo uważał za podstawowy mechanizm, obecny wśród wszystkich zwierząt społecznych. Uznawał też, iż działania ludzkie są kopiami, czy wręcz „interpsychicznymi fotografiami”, których powtarzanie zmienia to, co jednostkowe, w to, co społeczne.<sup>25</sup> Według niego to właśnie powtarzalność aktów indywidualnych prowadzi do regularności, opisywanej przez socjologów jako „społeczeństwo”. Jeśli dodać do tego odkrycie neuronów lustrzanych w mózgach ssaków, odpowiedzialnych za czynności imitacyjne<sup>26</sup>, argumentacja memetyków o naśladowczym charakterze praktyk kulturowych wydaje się zyskiwać kolejne ważne potwierdzenia. Stosując modele matematyczne i symulacje komputerowe fizyk Aaron Lynch wykazał na przykład, że transfer idei mimetycznych, które określa mianem *thought contagion* (zarazek myślowy), ma zawsze charakter epidemiczny, a jego specyfika tkwi w tym, iż bez względu na to, jakie –A [nie A] będzie się przeciwstawiało temu zarazkowi (oznaczonemu jako A), ostatecznym efektem kontaktu i tak będzie jego multiplikacja, co Lynch zapisuje:  $A+\sim A\Rightarrow 2A$ .<sup>27</sup> Zarazki myślowe, to jednostki homogeniczne („*sameforming*” *event*), których funkcją jest swoista samopropagacja przez prowokowanie neuronalnych „powodów” powtórzenia „tego samego”, wywołanie homogenicznych przedmiotów abstrakcji pamięciowych w innych pamięciach. Tak pojmowany zarazek myśli to ekwiwalent terminu *homoderivative memory item*, najczęściej jednak nazywany przez memetyków wirusem umysłu.

Przyjmując, że drogą „zarażania” właściwą wirusom umysłu jest naśladownictwo, w napisanym w 1990 roku *Memetic Lexicon* inny badacz – Glenn Grant, dookreślił je dodatkowo jako

<sup>25</sup> Zob. G. Tarde, *Les lois de l'imitation*, Paris, Éditions Kimé, 1993. Niedoceniane miejsce Tarde’a w memetyce jest tu tylko sygnalizowane; zostanie omówione gdzie indziej, wymaga bowiem bardziej szczegółowej analizy.

<sup>26</sup> Zob. np. D. Koreniecka, *Czy mamy wolną wolę? Neurony lustrzane a wolna wola*, „Neurokogniwiistyka w patologii i zdrowiu”, 2009 -2011. Materiały z konferencji, Pomorski Uniwersytet Medyczny w Szczecinie [https://www.pum.edu.pl/\\_data/assets/file/0020/47432/NK\\_2011\\_033-035.pdf](https://www.pum.edu.pl/_data/assets/file/0020/47432/NK_2011_033-035.pdf) [data dostępu: 14.10.2015]

<sup>27</sup> A. Lynch, *Thought Contagion as Abstract Evolution*, „Journal of Ideas”, 1991, T. 2, No 1.



zaraźliwy wzorzec informacji, replikujący się poprzez infekowanie ludzkich umysłów i zmieniający ich zachowanie w celu swej dalszej propagacji<sup>28</sup>. Wszelkie slogany, powiedzonka, melodie, ikony, wynalazki, o ile sprawiają, że ktoś je powieli, są zaraźliwym wzorcem informacji, przy czym samo zakodowanie w umyśle nosiciela opiera się właśnie na infekcji. Może mieć ona charakter aktywny bądź nieaktywny. Jeśli nosiciel (*the host*) nie objawia skłonności do transmitowania takiej informacji, mamy do czynienia z infekcją nieaktywną. Jeśli jednak odczuwa on przymus transmitowania memu na innych ludzi, infekcja jest aktywna. Jak zauważają memetycy, transmisja może przebiegać poza świadomością nosiciela, nie zdającego sobie sprawy z bycia zarażonym, jak to najczęściej dzieje się w przypadku grypy, czy choćby tylko kataru. W celu lepszego zrozumienia całego procesu, badacze odróżniają wyraźnie nosiciela memu od medium, czyli środka transportu wirusa umysłu, nazywając go wektorem (*vector*)<sup>29</sup>.

W związku ze sposobami działania takich wirusów mówi się także o istnieniu memetycznej strategii zarażania („*replication strategy*”, „*infection strategy*”), opartej na różnorodnych sposobach prowokowania zarażenia w kolejnym nosicielu, co – w istocie – przekłada się na analizę morfologii zaraźliwego wzorca informacji. Składają się na nią: *the hook* (hak), związany z pobudzeniem/uaktywnianiem emocji towarzyszących infekowaniu, niekoniecznie zawartych bezpośrednio w samej informacji, ale z sytuacją, w jakiej zarażenie się dokonuje, *the bait* – obietnica nagrody/pożytku dla nosiciela (na przykład obietnica zbawienia dla wierzących, podziwu dla najlepszych, zachwyty dla najpiękniejszych), a dalej *the vaccine* – wszczepienie oraz *the threat*. Ten ostatni element struktury anatomicznej wirusa, to nic innego, jak groźba, odstrasżająca przed odrzuceniem zarażającego nas właśnie memu. Najogólniej, interpretując ustalenia memetyków, jest to groźba bycia poza nawiasem określonej wspólnoty umysłów, w której zajmowało się dotychczas bezpieczne miejsce. Może ona być formułowana *eksplicite* w postaci zakazu i obrazu kary (np. kto nie wierzy, pójdzie do piekła) albo w ukrytym przesłaniu, sprawnie wychwytywanym przez nasze społeczne instynkty (nie istniejesz bez facebooka). Replikację wydatnie przyspiesza tzw. *immuno-depressant*, obniżający odporność na atak. Szok kulturowy, stres izolacyjny, dezorientacja społeczna i przestrzenna, wyczerpanie emocjonalne, samotność, utrata bliskich, domu, pracy, pozostawanie pod wpływem narkotyków, ale też autorytetów – wszystko to wzmaga podatność umysłu na infekcję memetyczną i bywa wykorzystywane w tzw. reklamie, szeptanej, wrogiej propagandzie, rekrutacji w szeregi sekty, grupy przestępczej czy sieci społecznościowej. Do mniej groźnych, a zarażających z niezwykłą siłą całe populacje, należą także tzw. *earworm* – łatwo wpadające w ucho słówka, dźwięki, melodie, szlagiery, powiedzonka, które szerzą się błyskawicznie, ale też często szybko zanikają. Podobnie jak hak i przynęta, mogą one stanowić jednak ważną składową memów, które z kolei budują mem-kompleksy (u Dawkinsa: koadaptacyjny kompleks memów, u Blackmore: mempleks), czyli asystujące sobie, symbiotyczne układy memów, mówiąc obrazowo - grających w jednym klubie. Określa się je także mianem ko-memów. Tak więc mempleks (tu można wyliczyć style artystyczne, paradygmaty, religie, języki, ideologie itd.) to zespół stowarzyszonych wzorców zaraźliwej informacji, które wspierają się wzajemnie, zapobiegając napływowi treści konkurencyjnych, które mogłyby doprowadzić do dekonstrukcji i rozbicia danego socjotypu. Na przykład, konkurencyjnym wobec założycielskiego memu chrystianizmu, mówiącego o zmartwychwstaniu

<sup>28</sup> Zob. G. Grant, *Leksykon memetyczny*, przeł. J. Polakowska, D. Wężowicz-Ziółkowska, „Teksty z Ulicy. Zeszyt memetyczny” 2005, nr 9.

<sup>29</sup> Tamże, s. 76.

Jezusa, jest pochodzący z innego mempleksu dowód nieodwracalności śmierci. Obniżenie odporności na zaraźliwe memy wiąże się z osłabieniem umysłowego systemu immunologicznego, na co wpływają właśnie wyliczone wyżej czynniki zewnętrzne, sprzyjające zarażeniu. Do jej podwyższenia przyczynia się natomiast pełna inkorporacja danego mempleksu, która czyni nas „impregnowanymi” na nowe i rozpoznawane jako obce, treści. Buduje ona zamknięte umysły ludzi i grup, skłonnych do obrony i ataku w imię „swoich” idei. Co pozwala wnioskować, iż łatwo ulegający myślowym zarazkom ludzie to ci, którzy nie posiadają (a raczej nie są w posiadaniu) jakiegoś głęboko zakotwiczonego, stabilnego mempleksu, a ich umysły to pole walki konkurujących o neuronalne zasoby memów. Znalezienie się/ bycie w egzystencjalnie trudnej, niestabilnej sytuacji, dodatkowo sprzyja infekcji.

### Memoboty, memoidy i media

Osobniki znajdujące się pod tak silnym wpływem jakichś memów, że własne, biologiczne przetwarzanie postrzegają jako nieistotne, określane są przez memetyków mianem *memoidów*. To wszelkiego typu terroryści, kamikadze, ninja, opanowani chęcią wzniesienia się na szczyt swej socjotypicznej hierarchii poprzez absolutne utożsamienie się z ideą, jakiej szerzeniu służą. Ich, najczęściej spektakularna śmierć, jest jednym ze świetniejszych sposobów replikacji wirusów umysłu. Doskonały przykład z dziejów kultur ludzkich stanowią tu męczennicy różnych wyznań, osobistą śmiercią poświadczający „prawdziwość” wzorca zaraźliwej informacji, przez którą zostali opanowani. Ci zaś, którzy prawie całą swoją aktywność życiową poświęcają na upowszechnianie jakiegoś mempleksu (uczeni, błędni rycerze, alpiniści, misjonarze, jogini itd.) to w nomenklaturze memetycznej - *memoboty*. Nie tracąc życia na oczach ogółu często tracą je realizując swe misyjne zadania. Niejednokrotnie rezygnują też z prokreacji (naturalnej ścieżki powielenia własnej informacji genotypowej) lub znacznie ją ograniczają na rzecz głoszenia/ udowodnienia/ szerzenia idei, która nimi zawładnęła. Zdobywają dla niej uczniów i naśladowców, a z punktu widzenia replikacji wirusa, nie ma nic lepszego jak kolejne rzesze szerzących go nosicieli. Śmierć pojedynczego osobnika, to w tej perspektywie niewielka strata, może zaś okazać się bardzo zyskowna, jeśli towarzyszyć jej będą świadkowie, niosący nowinę dalej – w czasie i przestrzeni. Najlepiej zaś, aby świadków było nie tylko (na przykład) dwunastu, ale tysiące.

Memy (o ile nie przynależą do mempleksu nakazującego mnożenie się jak ziarna piasku, jak ma to miejsce w wielkich religiach świata) jako *homoderivative memory item*, nie potrafią jednak zbudować dodatkowych nosicieli. W przekonaniu większości memetyków, potrafią za to sprowokować pojawianie się coraz to sprawniejszych wektorów – narzędzi swego rozprzestrzeniania. Tu najskuteczniejszy okazuje się mem postępu technologicznego, którego *bait* (przynęta/ obietnica), moim zdaniem, odwołuje się głównie do biologicznych predyspozycji jego ludzkich nosicieli, czyli do naszego upodobania do wypoczynku i zabawy, które *notabene* przejawiają i inne zwierzęta<sup>30</sup>, co potwierdza instynktowy i ewolucyjnie przydatny charakter tych skłonności. Koło zamiast pieszej wędrowki, druk zamiast manuskryptu, przekręcenie pokręta zamiast rozpalania ogniska, wiadomości ze świata bez oczekiwania nadejścia herolda, koncert w Filharmonii Wiedeńskiej bez wychodzenia z domu... Przykłady można by mnożyć.

---

<sup>30</sup>Zob. np. K. Lorenz, *Regres człowieczeństwa*, przeł. A.D. Tauszyńska, PIW, Warszawa 1986 lub F. de Waal, *Bonobo i ateista. W poszukiwaniu humanizmu wśród naczelnych*, przeł. K. Kornas, Copernicus Center Press, Kraków 2014, ale także J. Huizinga, R. Dunbar i in.

Kolejne media wszakże to nie tylko nasza wygoda i przyjemność. Dzięki nim wystarczy jeden zainfekowany osobnik, aby wykrzykując przez megafon zarazić wirusem nazizmu tysiące umysłów albo wbijając rozpędzony samolot w ściany właściwie wybranej budowli zasiać strach i nienawiść w milionach ludzi, obserwujących zdarzenie dzięki medium jeszcze szybszemu niż sam ten samolot. Szybka i dokładna replikacja wirusa, wywołującego zmiany w zachowaniu jego nosicieli, prowadzące do utrwalenia i rozpowszechnienia wirusa – oto sprzężenie zwrotne, gwarantujące ewolucyjny sukces *thought contagion*. Jak słusznie zauważają Robert Wright, George B. Dyson, John Gray, Ed Davis (bynajmniej nie memetycy), ewolucja maszyn to jeden z przejawów presji chcących się replikować memów.<sup>31</sup> Pytanie zatem, czy do upowszechnienia się memów znacząco przykładają się producenci mediów znajduje tu swoją ewolucjonistyczną wykładnię. Reagują oni na popyt, prowokowany przez naśladownictwo, równocześnie go tworząc, poprzez wypuszczanie na rynek coraz to sprawniejszych wektorów, zapewniających coraz szybszą replikację zaraźliwych wzorców informacji. Presja wywierana przez te wzorce działa niczym dobór naturalny – eliminuje mniej skuteczne media (i producentów) na rzecz lepiej przystosowanych do warunków szerzenia się informacji. Zgodnie z regułą Czerwonej Królowej<sup>32</sup>, aby stać w miejscu, muszą oni biec coraz szybciej, oferując coraz lepsze rozwiązania technologiczne. Odpowiedzią na nie jest coraz wyższa gęstość informacji, wymuszająca pojawianie się zdolnych jej sprostać mediów. Wyścig trwa, a najwięcej zyskują na nim kolejne populacje memów. Jak dalekowzrocznie konkludują ów proces wspomniani wyżej badacze, jeśli skuteczniejszą ścieżką replikacji niż z mózgu żywego wehikułu przez medium do kolejnych nosicieli i mediów, okaże się kiedyś transfer przez „sztuczne mózgi”, to wygrają one z człowiekiem w ewolucyjnym wyścigu ku nieśmiertelności.<sup>33</sup>

Świadomość miejsca mediów/narzędzi/technologii w procesie ewolucji memetycznej to także świadomość coraz podrzędniejszej roli człowieka w szerzeniu się zarazków umysłu. Dzięki swym wektorom, takim jak np. internet, memy replikują się i zagnieżdżają w pamięci maszyn. Omijając nasze mózgi, tworzą globalny, samozwrotny i samonapędzający się, samolubny hiper-memplex.<sup>34</sup> Ochronę przed taką, samorzutnie infekującą urządzenia informacją mają zapewnić różnego typu firewalles. A co z naszymi umysłami? Wydaje się, że im nie zapewni ochrony żadna zewnętrzna „zapora ogniowa”, cenzura czy zakaz, ponieważ wraz z kolejnymi etapami ewolucji człowieka i ewolucji informacji nasze umysły stały się na nią bardzo podatne, a podatność tę wzmagają/wspierają nowe, coraz tańsze technologie - wektory replikacji memów. Pewną szansę dają natomiast kontr-memplexy, czy – inaczej mówiąc – konkurencyjne wobec szerzącego się przez stulecia wirusa postępu technologicznego, przejawiającego się w powszechnej dziś chorobie „mediafilii” [termin DWZ] stowarzyszone zespoły innych memów. W konkretnym, rozważanym tu przypadku *selfie-manii* na przykład sceptycyzmu stowarzyszonego z introwertyzmem, coraz silniej rugowanymi w kulturze współczesnej na rzecz ekstrawertycznego ekshibicjonizmu i „intuicyjnego” interfejsu, z którego może korzystać nawet

<sup>31</sup> Na ten temat zob: D. Wężowicz-Ziółkowska, *Zwrot memetyczny w badaniach kulturowych. Próba syntezy i prognozy*, w: *W krainie metarefleksji. Księga jubileuszowa poświęcona Profesorowi Czesławowi Robotyckiemu*, red. J. Barański, M. Golonka-Czajkowska, A. Niedźwiedz, Kraków 2015, s.117–128.

<sup>32</sup> Zob. M. Ridley, *Czerwona Królowa. Płeć a ewolucja natury ludzkiej*, przeł. J.J. Bujarski, A. Milos, Rebis, Poznań 2001.

<sup>33</sup> D. Wężowicz-Ziółkowska, *Zwrot memetyczny w badaniach kulturowych...* s. 120 i n.

<sup>34</sup> Zdaniem Susan Blackmore w nasze myślenie o ewolucji kulturowej warto wprowadzić hipotezę dodatkowego, trzeciego replikatora - „temu”, który napędza aktualnie rozwój technologii. Przekształcając człowieka z maszyny memowej w maszynę temową, zmierza on do swego ewolucyjnego sukcesu, opanowując nasze mózgi i czyniąc zależnymi od maszyn. Zob. [http://www.ted.com/talks/susan\\_blackmore\\_on\\_memes\\_and\\_temes/](http://www.ted.com/talks/susan_blackmore_on_memes_and_temes/) [dostęp 20.12.2015].

kot. Najlepszym wszakże sposobem uodpornienia na zarażenie się mediafiliją zdaje się jednak wiedza o samolubnych memach, działająca jak szczepionka, zapobiegająca gwałtownej, a czasem śmiertelnej chorobie. To najwyraźniej jej brak zbiera żniwo pośród selfie-maniaków, ofiar „niepowtarzalnego” autoportretu „z rąsi”, który – niestety – nie jest niczym innym niż tylko powtórzonym w milionach egzemplarzy tego samego – samolubnego memu selfie.

## Bibliografia

- Blackmore Susan, *Maszyna memowa*, przeł. Norbert Radomski, Rebis, Poznań 2002.
- Brodie Richard, *Wirus umysłu*, przeł. Paweł Turski, TeTa Publishing, Łódź 1997.
- Dawkins Richard, *The Selfish Gene*, Oxford: Oxford University Press 1976 [wyd. polskie: Richard Dawkins, *Samolubny gen*, przeł. Marcin Skoneczny, Prószyński i S-ka, Warszawa 1996].
- Grant Glenn, *Leksykon memetyczny*, przeł. Justyna Polakowska, Dobrosława Wężowicz-Ziółkowska, „Teksty z Ulicy. Zeszyt memetyczny” 2005, nr 9.
- Grochowski Piotr, „*Sweet focia*” jako gatunek foto-folkloru i formuła komunikacyjna, „Kultura Współczesna” 2014, nr 2.
- Koreniewska Dorota, *Czy mamy wolną wolę? Neurony lustrzane a wolna wola*, „Neurokogniistyka w patologii i zdrowiu”, Materiały z konferencji, Pomorski Uniwersytet Medyczny w Szczecinie, Szczecin 2009–2011.
- Lorenz Konrad, *Regres człowieczeństwa*, przeł. Anna D. Tauszyńska, PIW, Warszawa 1986.
- Lynch Aaron, *Thought Contagion as Abstract Evolution*, „Journal of Ideas”, 1991, T. 2, No 1.
- Marsden Paul, „*Wirus kraksy*” i śmierć Diany. *Memetyka jako nowy paradygmat rozumienia zachowań zbiorowych*, przeł. Magdalena Sośnicka, w: *Infosfera. Memetyczne koncepcje kultury i komunikacji*, red. Dobrosława Wężowicz-Ziółkowska, WSZOP, Katowice 2009.
- Oxford English Dictionary* 1992.
- Ridley Matt, *Czerwona Królowa. Płeć a ewolucja natury ludzkiej*, przeł. Józef J. Bujarski, Alexandra Milos, Poznań 2001.
- Tarde Gabriel, *Les lois de l'imitation*, Paris 1993.
- Waal Frans de, *Bonobo i ateista. W poszukiwaniu humanizmu wśród naczelnych*, przeł. Krzysztof Kornas, Copernicus Center Press, Kraków 2014.
- Wężowicz-Ziółkowska Dobrosława, *Moc narrativum. Idee biologii we współczesnym dyskursie humanistycznym*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2008.
- Wężowicz-Ziółkowska Dobrosława, *Antropologia a „darwinizm kosmiczny”. Pytania o zmianę paradygmatu*, „Zeszyty Etnologii Wrocławskiej” 2015, nr 1.
- Wężowicz-Ziółkowska Dobrosława, *Zwrot memetyczny w badaniach kulturowych. Próba syntezy i prognozy*, w: *W krainie metarefleksji. Księga jubileuszowa poświęcona Profesorowi Czesławowi Robotyckiemu*, red. Janusz Barański, Monika Golonka-Czajkowska, Anna Niedźwiedz, Wydawnictwo UJ, Kraków 2015.

## Źródła internetowe:

<http://malakulturawspolczesna.org/category/selfie-102014/>

<https://www.google.pl/webhp?sourceid=chrome-instant&ion=1&espv=2&ie=UTF-8#q=anastazja%20niko%C5%82ajewna%20romanowa%20rodze%C5%84stwo>

<https://pl.wikipedia.org/wiki/Selfie>

<http://pej.cz/6-najstraszniejszych-i-najlepiej-przystosowanych-pasozytow-swiata-a3304>

<http://podroze.onet.pl/aktualnosci/chcial-zrobic-fotke-selfie-zniszczyl-rzezbe-satyra-w-akademii-sztuk-pieknych-brera-w/7bmrw>

<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.snapcat.app&hl=pl>

[https://www.pum.edu.pl/\\_data/assets/file/0020/47432/NK\\_2011\\_033-035.pdf](https://www.pum.edu.pl/_data/assets/file/0020/47432/NK_2011_033-035.pdf)

<http://wiadomosci.wp.pl/kat,1329,title,Niebezpieczne-selfie-Nie-zdajemy-sobie-sprawy-z-powaznych-konsekwencji-tej-mody,wid,17788855,wiadomosc.html>

[http://www.corriere.it/salute/15\\_settembre\\_24/se-selfie-uccidono-piu-squali-6625f102-62af-11e5-95fc-7c4133631b69.shtml](http://www.corriere.it/salute/15_settembre_24/se-selfie-uccidono-piu-squali-6625f102-62af-11e5-95fc-7c4133631b69.shtml)

<http://www.rmf.fm/magazyn/news,550,zabojcze-selfie-rosjanie-przestrzegaja-przed-konsekwencjami-robienia-sobie-zdjec-z-reki.html>

<http://www.theguardian.com/books/2013/nov/19/selfie-word-of-the-year-oed-olinguito-twerk>

[http://www.ted.com/talks/susan\\_blackmore\\_on\\_memes\\_and\\_temes/transcript?language=en](http://www.ted.com/talks/susan_blackmore_on_memes_and_temes/transcript?language=en)

### Nota o autorze

Dobrosława Wężowicz-Ziółkowska – dr hab. prof. nadzwyczajny w Instytucie Nauk o Kulturze i Studiów Interdyscyplinarnych UŚ; kulturoznawca, folklorystka, teoretyk kultury. Od 1996 r. współredaktorka, a od 2004 redaktor naczelna „Tekstów z Ulicy”. Redaktor serii *Studia o Kulturze* Wydawnictwa Uniwersytetu Śląskiego, w badaniach skupiona na ontologii idei i metodologii badań nad ich szerzeniem się (mity, folklor, mody kulturalne, dyskursy naukowe) oraz na komunikacji kulturowej w kontekście teorii systemów i nowej biologii. Autorka pierwszej w kraju monografii dotyczącej memetycznej teorii kultury (*Moc narrativum. Idee biologii we współczesnym dyskursie humanistycznym*, Katowice 2008).

### About the author

Dobrosława Wężowicz-Ziółkowska – Ph.D., professor in the Institut of Cultural Studies and Interdisciplinary Studies of University of Silesia in Katowice; culturologist, folklorist, cultural anthropologist. Co-editor (since 1996) and leading editor (since 2004) of “Teksty z ulicy”. Leading editor of the series *Studia o Kulturze* of University of Silesia Press. In her research, she is focused on the onthology of idea, methodology of the research under spreading of ideas (myths, folklore, cultural trends, scientific discourses) and also on cultural communication in the context of memetic theory of culture ((*Moc narrativum. Idee biologii we współczesnym dyskursie humanistycznym*, Katowice 2008).