DOI:10.17951/k.2026.33.1.135-151

ANNALES
UNIVERSITATIS MARIAE CURIE-SKŁODOWSKA
LUBLIN – POLONIA
VOL. XXXIII, 1 SECTIO K 2026

AGNIESZKA PAZDERSKA

Uniwersytet Kazimierza Wielkiego w Bydgoszczy
ORCID ID: 0000-0002-7412-4474

Od lajków do wiedzy? Memy internetowe jako źródło wiedzy politycznej młodego pokolenia

From Likes to Knowledge? Internet Memes as a Source of Political Knowledge for the Young Generation

ABSTRAKT

Internetowe memy, z pozoru lekkie i humorystyczne treści, coraz częściej stają się narzędziem komunikacji politycznej. Ich popularność wśród młodego pokolenia sprawia, że mogą one nie tylko bawić, ale też kształtować opinie, postawy i świadomość obywatelską. Celem artykułu była odpowiedź na pytanie, jaki jest poziom wiedzy ogólnej czerpanej z edukacji formalnej i nieformalnej o świecie politycznym oraz poziom wiedzy zaczerpniętej z memów internetowych wśród młodych? Czy memy internetowe mogą pełnić istotną rolę w kształtowaniu wiedzy politycznej młodego pokolenia? Badania dowiodły, że respondenci wykazywali się szerszą wiedzą ogólną na temat polityki niż znajomością treści pochodzących z internetowych memów. Stopień zaangażowania politycznego oraz orientacja polityczna ankietowanych stanowiły główne determinanty różnic między analizowanymi wymiarami. W odniesieniu do wiedzy pozyskiwanej z memów istotne okazały się również zmienne demograficzne, takie jak płeć i wiek najmłodszych badanych.

Słowa kluczowe: mem internetowy, młode pokolenie, internet, polityka

WSTĘP

Ryszard Kapuściński wskazuje, że kiedyś „człowiek nie mógł przetrwać bez posługiwania się bronią, później bez pomocy maszyny czy elektryczności, a dzisiaj jego przetrwanie jest niemożliwe bez mediów. Niebezpieczeństwo tkwi w tym, że media, które stały się potęgą, przestały się zajmować wyłącznie informacją. Wysu-

nęły sobie ambitniejszy cel: zaczynają kształtować rzeczywistość" [Kapuściński 2008: 107]. Fenomen internetu polega na tym, że jest on czymś więcej aniżeli nowym narzędziem komunikacyjnym. Dla wielu internetowych użytkowników stał się naturalnym środowiskiem funkcjonowania społecznego, które pozwala na zaspokojenie większości potrzeb i motywacji społecznych. Jest to narzędzie służące nie tylko do poszukiwania interesujących informacji, ale także pozwalające zawierać i podtrzymywać znajomości z innymi ludźmi w przestrzeni wirtualnej. Sieć również jest środowiskiem kreowania nowych społeczności, a także norm kulturowych i społecznych [Zając, Krejtz 2007: 191]. Wirtualna przestrzeń jest w pełni multimedialna, posiada rozbudowane funkcjonalnie i graficznie narzędzia, przekazuje tekst, obraz, dźwięk czy filmy. Nie tworzy już platformy tylko dla wąskiego grona, ale umożliwia komunikację dla masowego odbiorcy [Kopsztejn 2014: 142]. Przyczynę atrakcyjności internetu badacze dostrzegają w możliwości zaspokajania potrzeb człowieka, które w realnym świecie często nie są możliwe [Blum-Ross, Donoso 2018; Collin 2015; Dennis 2019; Flores 2017; Jabłoński 2018; Pazderska 2024].

Celem artykułu jest odpowiedź na pytanie, jaki jest poziom wiedzy ogólnej czerpanej z edukacji formalnej i nieformalnej o świecie politycznym oraz poziom wiedzy zaczerpniętej z memów internetowych wśród młodych? Czy memy internetowe mogą pełnić istotną rolę w pogłębianiu wiedzy politycznej młodego pokolenia? Hipotezą badawczą jest założenie, że jeżeli młodzi dorośli częściej czerpią informacje polityczne z memów internetowych, to poziom ich wiedzy politycznej pozyskiwanej z tego źródła będzie wyższy niż poziom wiedzy ogólnej zdobywanej przez inne formy edukacji formalnej i nieformalnej. W celu weryfikacji hipotezy autorka przeprowadziła badania z zastosowaniem metody sondażu diagnostycznego, posługując się techniką ankiety oraz własnoręcznie opracowanym kwestionariuszem. Materiał badawczy został zgromadzony w województwie kujawsko-pomorskim w okresie od maja do października 2019 roku. Do analizy zakwalifikowano odpowiedzi 608 respondentów w wieku 18–34 lata.

MEMY INTERNETOWE

Od najdawniejszych czasów człowiek żył w otoczeniu obrazów, zarówno tych naturalnych, jak i tych, które sam wytwarzał, jak malowidła naskalne czy dzieła malarskie. Z biegiem lat zaczął rejestrować rzeczywistość za pomocą technologii, takich jak fotografia czy telewizja, a także tworzyć jej fikcyjne wizje w formie wideosfery, jaką oferuje kino [Krzysztofek 2012: 47]. Nowoczesne media, z internetem na pierwszym planie, znacząco zwiększyły możliwości komunikacyjne. Jednocześnie przyczyniły się do rozwoju kultury popularnej, która w przestrzeni cyfrowej coraz wyraźniej przybiera formę wizualną. Obraz staje się głównym nośnikiem zarówno informacji, jak i rozrywki. W ramach tej obrazkowej popkultury użytkownicy mogą

swobodnie publikować zdjęcia, krótkie filmy czy grafiki, czyniąc z nich podstawowe narzędzie ekspresji i zabawy [Bakalarski 2018: 163].

Fenomen memów internetowych od lat przyciąga uwagę badaczy z różnych dziedzin – od medioznawstwa, przez socjologię, aż po psychologię i politologię [Krawczyk, Prokopowicz 2020; Marak 2013; Grochowski 2015; Piskorz 2015; Kasprowicz, Veltzé 2020; Czapiga 2025; Kamińska 2024]. Termin „mem internetowy" wywodzi się z pojęcia „mem", które zostało wprowadzone w 1976 r. przez brytyjskiego biologa Richarda Dawkinsa w książce *Samolubny gen*. R. Dawkins posłużył się nim do opisania jednostki kulturowej, takiej jak idea, zwyczaj, melodia, powiedzenie czy symbol, która rozprzestrzenia się w społeczeństwie na zasadzie analogicznej do mechanizmu replikacji genów w biologii [Shifman 2013: 362]. Na początku XXI w., wraz z dynamicznym rozwojem internetu, odrodziło się zainteresowanie koncepcją memów w ujęciu kulturowym. Memy internetowe, czyli treści wizualne, tekstowe lub audiowizualne pojawiające się w przestrzeni cyfrowej, zaczęły odgrywać istotną rolę w komunikacji społecznej. Rozprzestrzeniają się one przez mechanizmy imitacji, głównie za pośrednictwem poczty elektronicznej, mediów społecznościowych oraz różnorodnych platform internetowych [Rogers]. Memami mogą być zdjęcia, krótkie filmy, teledyski, grafiki, teksty, cytaty, animacje, a także ich połączenie, na przykład obraz opatrzony podpisem [Juza 2013: 49].

Co istotne z punktu widzenia niniejszego artykułu, coraz powszechniejsze stają się również memy polityczne. Część debaty politycznej przeniesiona została na tzw. fora obrazkowe, czyli portale i strony z memami internetowymi. Są one masowo udostępniane, a także coraz częściej powielane nawet przez media tradycyjne [Czapiec-Veltzé 2022: 178]. Motywem centralnym memów politycznych jest zazwyczaj konkretny polityk lub okoliczności, w jakich się znalazł. Aby właściwie je zinterpretować, odbiorca musi dysponować odpowiednim kontekstem i wiedzą dyskursywną. Memy te stanowią ironiczną odpowiedź społeczeństwa na działania władzy i są wyrazem zbiorowej reakcji [Żardecka 2018: 121].

Głównymi twórcami i konsumentami tego typu stron są zazwyczaj ludzie młodzi [Czapiec-Veltzé 2022: 178]. Cyfrowi tubylcy, czyli przedstawiciele Pokolenia Y oraz Pokolenia Z, to osoby, które dorastały w otoczeniu technologii cyfrowej, traktując cyberprzestrzeń jako naturalne i intuicyjne środowisko funkcjonowania. Nie muszą się do niego przystosowywać, ponieważ od najmłodszych lat jest ono integralną częścią ich codzienności [Jabłoński 2018: 13]. Ich przeciwieństwem są cyfrowi imigranci, reprezentujący Pokolenie X oraz starsze generacje, którzy wychowywali się w świecie pozbawionym nowoczesnych technologii, co oznacza, że kontakt z cyfrową rzeczywistością wymagał od nich przyswojenia nowych kompetencji. Co istotne, cyfrowi tubylcy to pokolenie kultury obrazu, natomiast cyfrowi imigranci przedkładają tekst nad obraz. Ma to pewne konsekwencje psychologiczno-kognitywne, ponieważ obraz oddziałuje przede wszystkim na emocje, książka natomiast na intelekt [Morbitzer 2011–2012: 137–138].

W badaniach opublikowanych w 2023 r. przez Giovanniego Schiazza dostrzeżono, że m.in. wiek, neurotyczność czy FOMO (lęk przed pominięciem) są dodatnio powiązane z zaangażowaniem w memy internetowe, niezależnie od ich treści. Ponadto zaobserwowano, że zaangażowanie w polityczne memy internetowe jest nieco wyższe u osób o lewicowych poglądach oraz niższym poziomie sumienności [Schiazza 2023]. W 2020 r. Michael Johann przeprowadził badania nt. internetowych memów, jako formy politycznej ekspresji w mediach społecznościowych. Według badacza uczestnictwo polityczne online współwystępuje z ekspresją polityczną realizowaną przez memy. Analiza badań wskazuje, że kluczowymi czynnikami związanymi z tworzeniem i udostępnianiem memów politycznych w mediach społecznościowych są zainteresowanie polityką oraz prosumpcja treści [Johann 2022: 159–160]. Nieco inny obraz wyłania się z badań przeprowadzonych w 2020 r. przez Audrey Halversen i Briana E. Weeksa. Badacze wskazują, że udostępnianie memów politycznych stanowi formę ekspresji politycznej współwystępującą z innymi sposobami artykulacji poglądów. Osoby rozpowszechniające memy na Facebooku równie chętnie wyrażały swoje opinie przez posty i komentarze. Wynik ten koresponduje z ustaleniami badań jakościowych, zgodnie z którymi użytkownicy postrzegają udostępnianie memów jako uzupełnienie innych form aktywności politycznej online. Co szczególnie interesujące, autorzy stwierdzili, że dzielenie się memami nie wiąże się ani z poziomem zainteresowania polityką, ani z siłą identyfikacji partyjnej. Osoby publikujące memy nie są zatem bardziej upartyjnione, lepiej poinformowane politycznie ani bardziej aktywne offline niż pozostali użytkownicy. Wyróżniają się natomiast wyższą aktywnością polityczną w środowisku cyfrowym, gdzie wykorzystują różne kanały ekspresji – posty, komentarze oraz udostępnianie memów [Halversen, Weeks 2023: 7–8]. Dotychczasowe ustalenia sugerują, że memy polityczne są przede wszystkim kanałem ekspresji i uczestnictwa, a nie źródłem pogłębionej wiedzy politycznej, co wzmacnia zasadność badania, czy i w jakim stopniu młodzi faktycznie czerpią wiedzę polityczną z memów.

METODOLOGIA

Problematyka dotycząca roli memów internetowych w kształtowaniu wiedzy politycznej młodego pokolenia to jedynie część projektu badawczego realizowanego w ramach badań, których efektem było sporządzenie pracy doktorskiej. W analizie uwzględniono 608 poprawnie wypełnionych kwestionariuszy osób w wieku 18–34 lat (310 mężczyzn oraz 298 kobiet). Dobór próby miał charakter kwotowy i został oparty na zmiennych: wiek, płeć, miejsce zamieszkania oraz wykształcenie, tak aby możliwie najwierniej odzwierciedlić aktualną strukturę demograficzną województwa kujawsko-pomorskiego. Badania zostały poprzedzone badaniem pilotażowym na grupie 67 osób, dzięki czemu autorka wprowadziła drobne korekty w treści kwestionariusza, aby ułatwić respondentom wybór preferowanych odpowiedzi.

Łącznie zgromadzono 736 kwestionariuszy, jednak 128 zostało odrzuconych ze względu na niepełność odpowiedzi, a także występujące w nich błędy. Pomiary zostały zrealizowane przez autorkę samodzielnie. Spośród wszystkich zebranych ankiet 68% zostało wypełnionych drogą elektroniczną, głównie za pośrednictwem mediów społecznościowych. Link do formularza udostępniano na wielu grupach zrzeszających mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego, takich jak: Bydgoszczanie, Bydgoszcz Leśne, Bydgoszcz Fordon, Bydgoszcz Kapuściska, Toruń i okolice, Golub-Dobrzyń, Nakło nad Notecią, Szubin, Żnin, Brodnica czy Pakość. Ankiety w wersji papierowej były natomiast zbierane głównie w zakładach pracy, na uczelniach wyższych oraz w domach parafialnych. Zasadnicza część ankiet została zebrana drogą internetową, co wynikało z faktu, że to właśnie internet stanowi najskuteczniejszy kanał dotarcia do młodych osób – głównych odbiorców memów. Aby jednak w pełni zrealizować założenia doboru kwotowego, autorka zdecydowała się uzupełnić próbę o ankiety pozyskane w formie tradycyjnej. Było to szczególnie istotne w przypadku mężczyzn oraz osób z niższym wykształceniem, które rzadziej uczestniczą w badaniach online, co wymagało zastosowania metod zbierania danych poza środowiskiem internetowym.

Analizowana część projektu badawczego dotyczyła relacji zachodzącej pomiędzy poziomem wiedzy ogólnej respondentów o świecie politycznym a poziomem ich wiedzy zaczerpniętej z memów internetowych. Pierwsza część składała się z 10 pytań dotyczących znajomości środowiska politycznego – najważniejszych wydarzeń politycznych w Polsce, nazwisk osób pełniących funkcje polityczne, organizacji politycznych oraz głównych założeń partii politycznych (m.in. nazwisko Prezesa Rady Ministrów w Polsce; data wstąpienia przez Polskę do Unii Europejskiej; data początku III RP; główne założenia partii lewicowych). Druga część natomiast opierała się na znajomości środowiska politycznego z memów internetowych udostępnianych na blogach czy portalach społecznościowych. Respondenci zostali poproszeni o odpowiedź na 10 pytań, wskazując nazwiska autorów danych zdań określanych jako największe wpadki oraz kontrowersyjne wypowiedzi polityków, a także o przyporządkowanie nazwisk polityków przedstawianych w memach internetowych z określonymi symbolami (m.in. autorów słów: „chodź tu szogunie", „Po świętach przypomnę jest 6 króli"; nazwisko polskiego polityka, który w memach internetowych przedstawiany jest z alkoholem) – były to jedne z najpopularniejszych memów w tamtym okresie. Poziomy wiedzy ogólnej o świecie politycznym oraz wiedzy zaczerpniętej z memów internetowych zostały porównane. Za każdą poprawną odpowiedź respondenci otrzymali 1 punkt, natomiast za niepoprawną 0. Odpowiedzi były punktowane, zaś uzyskane przez ankietowanych średnie wartości stanowiły wskaźniki znajomości wiedzy politycznej badanej grupy. W celu udzielenia odpowiedzi na pytania badawcze wykonano analizy regresji w ujęciu Bayesowskim za pomocą pakietu brms.

WYNIKI

W celu analizy poziomów wiedzy w pierwszej kolejności wykonano rekodowanie surowych punktów na skalę porządkową. Dla poziomu wiedzy ogólnej, punkty z zakresu 0–2 przypisano do poziomu brak znajomości, punkty z zakresu 3–4 do poziomu niskiego, punkty z zakresu 5–6 do poziomu średniego, punkty z zakresu 7–8 do poziomu dużego, natomiast punkty z zakresu 9–10 do poziomu bardzo dużego. Natomiast dla poziomu wiedzy z memów internetowych punkty z zakresu 0–2 przypisano do poziomu brak znajomości, punkty z zakresu 3–4 do poziomu niskiego, punkty z zakresu 5–6 do poziomu umiarkowanego, punkty z zakresu 7–8 do poziomu dużego, natomiast punkty z zakresu 9–10 do poziomu bardzo dużego (tab. 1).

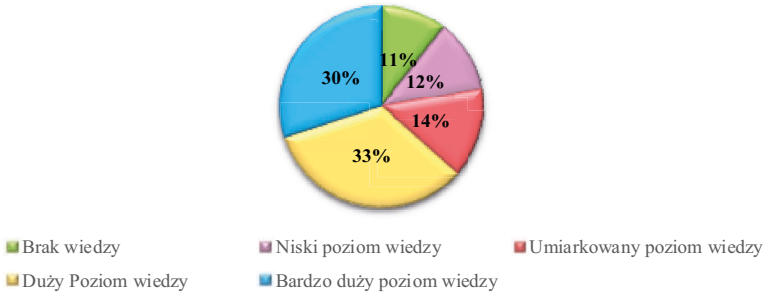
Tab. 1. Przyjęta przez autorkę klasyfikacja poziomu wiedzy politycznej

Poziom wiedzy ogólnej oraz wiedzy zaczerpniętej z memów internetowych	Przedziały punktowe
9–10	Bardzo duża znajomość
7–8	Duża znajomość
5–6	Umiarkowana znajomość
3–4	Niska znajomość
0–2	Brak znajomości

Źródło: opracowanie własne.

W ostatnim czasie w sieci internetowej można znaleźć coraz więcej zdjęć, które w prześmiewczy sposób komentują przede wszystkim różne wydarzenia polityczne, decyzje podjęte przez władze czy największe wpadki polityków. Można mieć wrażenie, że dla niektórych użytkowników jest to jedno z podstawowych źródeł informacji. W związku z tym, celem tej części badania było sprawdzenie, czy młodzi dorośli cechują się wyższym poziomem wiedzy ogólnej o świecie politycznym, czy właśnie wiedzy zaczerpniętej z memów internetowych publikowanych na blogach, portalach społecznościowych czy stronach internetowych.

Na wstępie przeanalizowany został poziom wiedzy ogólnej o świecie politycznym. Jak można zobaczyć na wykresie 1, największa grupa badanych wykazywała duży poziom wiedzy politycznej – aż 33% osób zadeklarowało taki poziom kompetencji. Tuż za nimi plasowały się osoby z bardzo dużym poziomem wiedzy (30%). To pokazuje, że znaczna część respondentów posiadała solidne rozeznanie w sprawach politycznych. W dalszej kolejności znajdowały się osoby z umiarkowanym poziomem wiedzy (14%), co wskazuje na pewne zainteresowanie i orientację w temacie, choć nie tak pogłębioną jak w dwóch poprzednich grupach. Znacznie mniej liczne były grupy o niskim poziomie wiedzy (12%) oraz braku wiedzy (11%), co może sugerować mniejsze zainteresowanie polityką lub ograniczony dostęp do rzetelnych źródeł informacji.



Ryc. 1. Poziom wiedzy ogólnej o świecie politycznym.

Źródło: opracowanie własne.

Współczynniki regresji dla modelu ze wszystkimi predyktorami oraz wartości log [BF] dla poszczególnych modeli w kolejności, w jakiej wprowadzano je do modelu, dla poziomu wiedzy ogólnej prezentuje tabela 2. Oszacowane średnie brzegowe przedstawiono na wykresie 2. Odnotowano silny i statystycznie istotny efekt zmiennych demograficznych (log[BF] = 3,15). Analiza współczynników regresji wskazała jednak, że istotny statystycznie efekt występował jedynie dla wieku i wykształcenia. Wszyscy respondenci, bez względu na wiek oraz poziom wykształcenia, cechowali się najczęściej dużym poziomem wiedzy ogólnej o świecie politycznym. Jednakże należy wskazać, iż proporcje osób o dużym i bardzo dużym poziomie wiedzy ogólnej rosły wraz z wiekiem, natomiast proporcje osób o poziomach niskich, umiarkowanych i braku wiedzy malały wraz z wiekiem. Analogiczne efekty zostały zaobserwowane również w przypadku wykształcenia ankietowanych. Proporcje osób o dużym i bardzo dużym poziomie wiedzy ogólnej rosły wraz z poziomem wykształcenia, natomiast proporcje osób o poziomach niskich, umiarkowanych i braku wiedzy malały wraz z poziomem wykształcenia. Należy także zaznaczyć, że ankietowani posiadający wyższe wykształcenie znacznie częściej niż pozostali wyróżniali się wiedzą bardzo dużą i dużą.

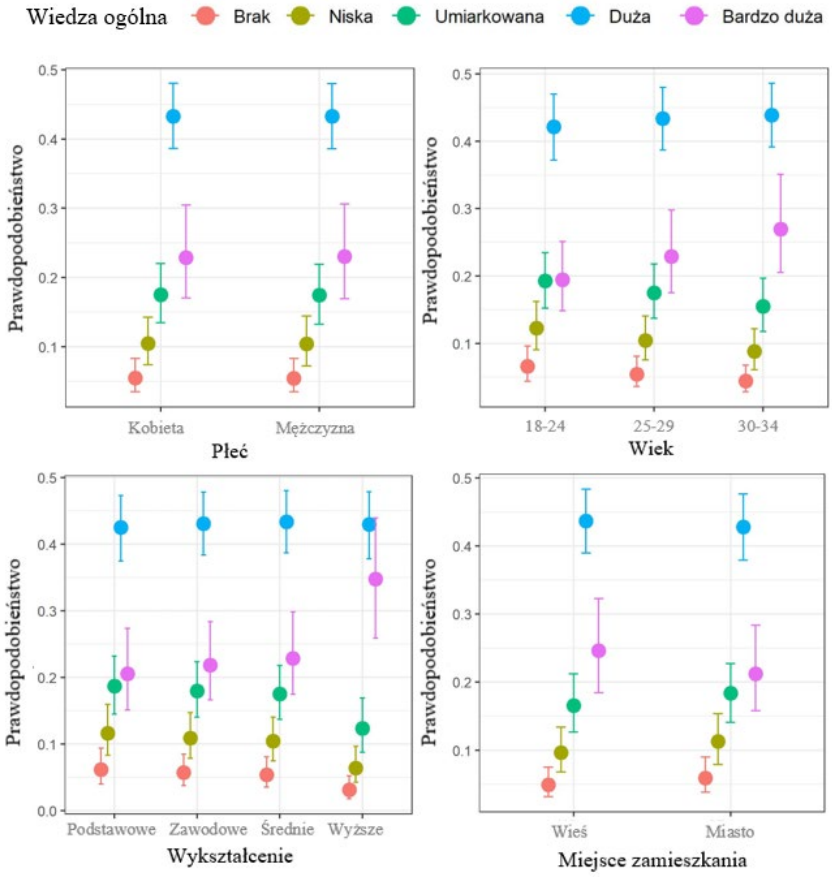
Tab. 2. Rezultaty analizy regresji porządkowej probit dla poziomu wiedzy ogólnej o świecie politycznym

Wiedza ogólna	M	SE	LI	UI	log[BF]
Stała [1]	-0,17	0,32	-0,75	0,49	
Stała [2]	1,03	0,32	0,43	1,7	
Stała [3]	2,01	0,33	1,38	2,67	
Stała [4]	3,9	0,35	3,2	4,62	
Płeć	0	0,09	-0,17	0,16	3,15
Miejsce zamieszkania	0,1	0,08	-0,05	0,25	
Wiek	0,21	0,09	0,04	0,39	
Wykształcenie	0,24	0,08	0,08	0,39	
Godziny w sieci	0,21	0,09	0,03	0,37	1,09
Zainteresowanie polityką	0,89	0,09	0,71	1,08	99,32

Wiedza ogólna	M	SE	LI	UI	log[BF]
Poglądy polit. [1]	0,44	0,16	0,14	0,75	
Poglądy polit. [2]	0,31	0,13	0,05	0,57	8,13
Poglądy polit. [3]	-0,09	0,14	-0,35	0,19	

Nota: Stała [X] to estymowane odległości pomiędzy kategoriami zmiennej zależnej na skali latentnej; M, SE, LI i UI to średnia, błąd standardowy oraz dolny i górny 95% przedział wiarygodności rozkładu *a posteriori* współczynników regresji; Poglądy polit. [1], [2], [3] to zakodowane zmienne kategorialne dla poglądów politycznych.

Źródło: opracowanie własne.

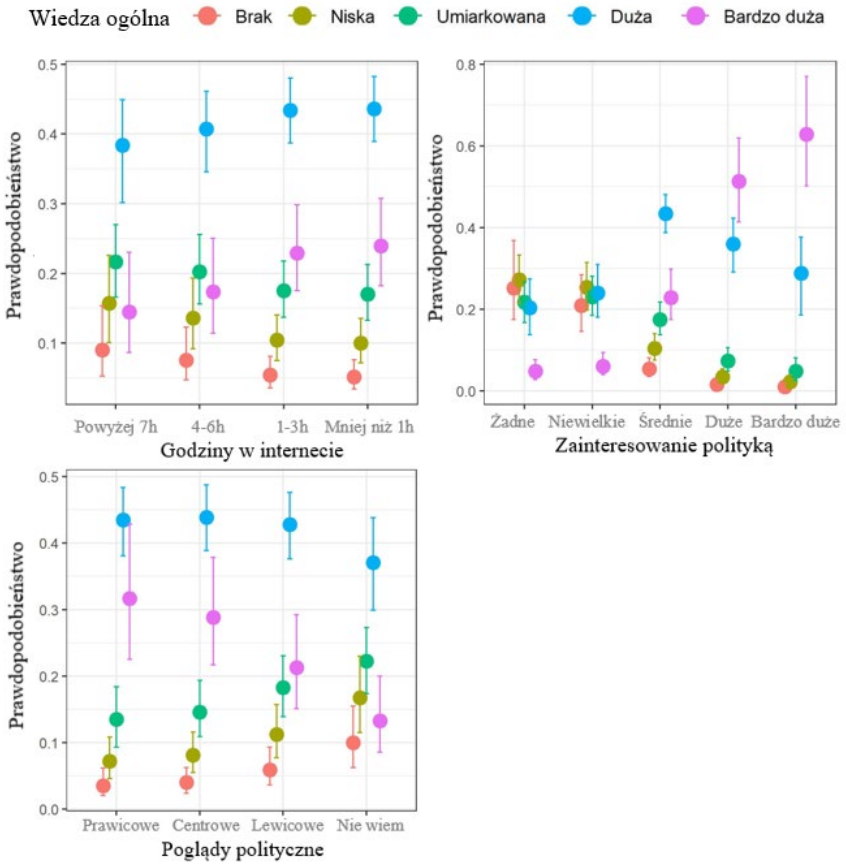


Ryc. 2. Oszacowane średnie brzegowe dla predyktorów poziomu wiedzy ogólnej o świecie politycznym – zmienne demograficzne.

Źródło: opracowanie własne.

Efekt godzin spędzonych w internecie również okazał się istotny statystycznie i umiarkowanie silny (log[BF] = 1,09). Jak można zobaczyć na wykresie 3, wszyscy respondenci, bez względu na czas spędzany online cechowali się najczęściej dużą

wiedzą ogólną o świecie politycznym. Jednakże wraz ze wzrostem liczby godzin spędzonych w internecie malała proporcja osób o wiedzy dużej i bardzo dużej oraz rosła proporcja osób o wiedzy umiarkowanej, niskiej lub braku wiedzy. Ankietowani, którzy deklarowali, że korzystają mniej niż jedną godzinę dziennie z sieci, cechowali się najczęściej dużym oraz bardzo dużym poziomem wiedzy ogólnej. Natomiast badani, którzy przyznali, że spędzają w internecie powyżej siedmiu godzin dziennie, wyróżniali się dużym oraz umiarkowanym poziomem wiedzy. Dodatkowo była to również grupa, w której odnotowano największe proporcje osób o braku wiedzy ogólnej o świecie politycznym.



Ryc. 3. Oszacowane średnie brzegowe dla predyktorów poziomu wiedzy ogólnej o świecie politycznym – dodatkowe zmienne.

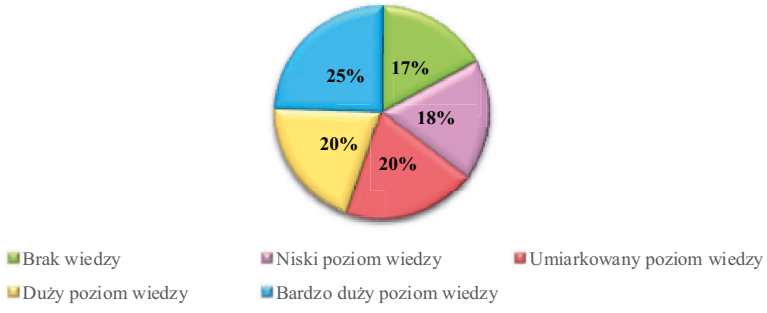
Źródło: opracowanie własne.

Efekt stopnia zainteresowania polityką również okazał się ekstremalnie silny i istotny statystycznie (log[BF] = 99,32). Wraz ze wzrostem stopnia zainteresowania

polityką rosła proporcja osób o dużej i bardzo dużej wiedzy ogólnej oraz malała proporcja osób o umiarkowanej, niskiej i braku wiedzy. Respondenci, którzy wskazywali, że nie interesują się polityką, odznaczali się najczęściej niskim poziomem wiedzy ogólnej oraz jej brakiem, natomiast badani określający własne zainteresowanie polityką jako duże i bardzo duże wyróżniali się w większości bardzo dużą i dużą wiedzą ogólną. Należy także zaznaczyć, że w przypadku ankietowanych deklarujących duże i bardzo duże zainteresowanie polityką odnotowano najmniejsze proporcje osób o braku wiedzy ogólnej o świecie politycznym.

Efekt poglądów politycznych również był istotny statystycznie i ekstremalnie silny (log[BF] = 8,13). Analiza oszacowanych średnich brzegowych wskazuje, że osoby o nieokreślonych poglądach miały najniższy poziom wiedzy ogólnej, natomiast osoby o poglądach prawicowych najwyższy poziom wiedzy ogólnej. Na drugim miejscu były osoby o poglądach centrowych, a na trzecim o poglądach lewicowych.

Następnie dokonano pomiaru poziomu wiedzy politycznej zaczerpniętej z memów internetowych udostępnianych na portalach społecznościowych, na blogach lub stronach internetowych. Na wykresie 4 można dostrzec, że podobnie jak w kwestii wiedzy ogólnej o świecie politycznym najwięcej ankietowanych cechowało się bardzo dużym, dużym oraz umiarkowanym poziomem wiedzy politycznej zaczerpniętej z memów internetowych, natomiast najmniej brakiem wiedzy oraz niskim poziomem. Jednakże rozkład procentowy uzyskanych przez badaną grupę poziomów wiedzy jest różny. O ile w przypadku wiedzy ogólnej o świecie politycznym wysoki oraz bardzo wysoki poziom wiedzy uzyskało łącznie 63% badanych, to w kwestii wiedzy politycznej zaczerpniętej z memów internetowych było to jedynie 45%.



Ryc. 4. Poziom wiedzy politycznej zaczerpniętej z memów internetowych.

Źródło: opracowanie własne.

Współczynniki regresji dla modelu ze wszystkimi predyktorami oraz wartości log[BF] dla poszczególnych modeli w kolejności, w jakiej wprowadzano je do modelu, dla poziomu wiedzy politycznej zaczerpniętej z memów internetowych prezentuje tabela 3. Oszacowane średnie brzegowe przedstawiono na wykresie 5. Odnotowano silny i statystycznie istotny efekt zmiennych demograficznych (log[BF]

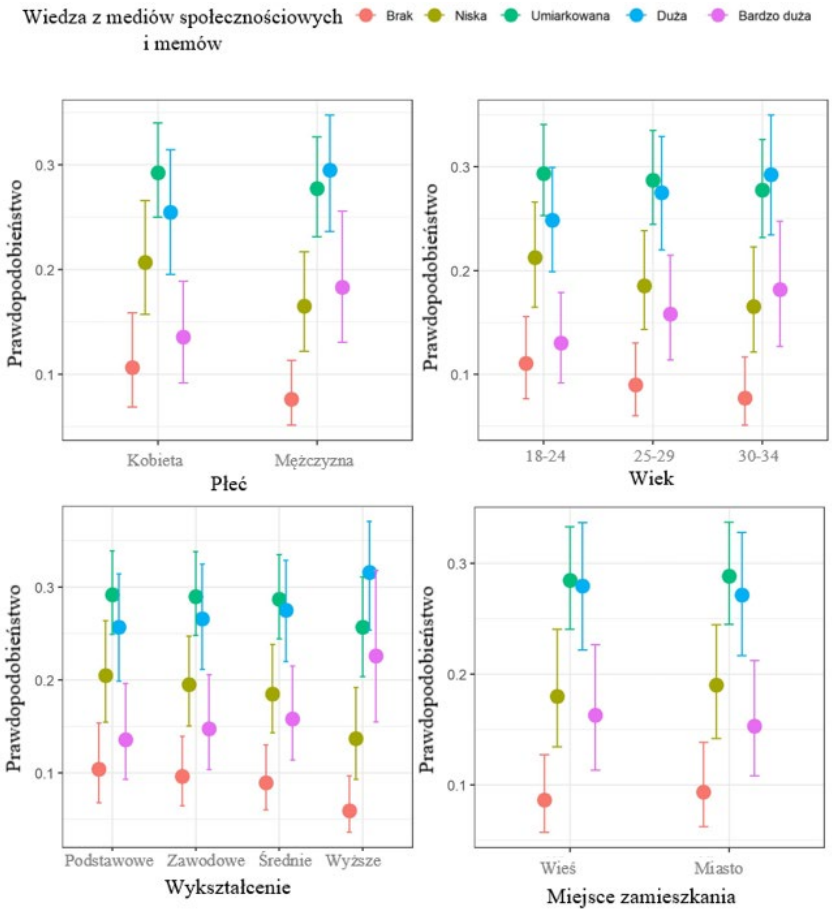
= 8,95). Analiza współczynników regresji wskazała, że istotny statystycznie efekt występował dla płci, wieku i wykształcenia. Wśród mężczyzn, w porównaniu do kobiet, odnotowano większe proporcje osób o bardzo dużym i dużym poziomie wiedzy oraz mniejsze proporcje osób o wiedzy niskiej i braku wiedzy. Odnośnie wieku i wykształcenia, wraz ze wzrostem tych zmiennych rosły proporcje osób o wiedzy bardzo dużej i dużej oraz malały proporcje osób o wiedzy niskiej lub braku wiedzy. Dodatkowo najmłodsi respondenci (osoby od 18. do 24. roku życia) oraz badani z podstawowym wykształceniem częściej niż pozostałe grupy wyróżniali się brakiem wiedzy politycznej zaczerpniętej z memów internetowych.

Tab. 3. Rezultaty analizy regresji porządkowej probit dla poziomu wiedzy politycznej zaczerpniętej z memów internetowych

Wiedza z memów internetowych	M	SE	LI	UI	log[BF]
Stała [1]	-0,13	0,29	-0,68	0,49	
Stała [2]	1,23	0,30	0,68	1,85	
Stała [3]	2,45	0,31	1,87	3,10	
Stała [4]	3,86	0,32	3,29	4,56	
Płeć	-0,18	0,08	-0,34	-0,02	
Miejsce zamieszkania	0,04	0,08	-0,11	0,21	
Wiek	0,20	0,1	0,01	0,39	8,95
Wykształcenie	0,20	0,08	0,03	0,35	
Godziny w sieci	-0,19	0,08	-0,34	-0,02	0,78
Zainteresowanie polityką	1,52	0,17	1,21	1,89	142,77
Poglądy polit. [1]	0,49	0,16	0,19	0,81	
Poglądy polit. [2]	0,35	0,13	0,09	0,58	9,49
Poglądy polit. [3]	-0,25	0,14	-0,53	0,01	

Nota: Stała [X] to estymowane odległości pomiędzy kategoriami zmiennej zależnej na skali latentnej; M, SE, LI i UI to średnia, błąd standardowy oraz dolny i górny 95% przedział wiarygodności rozkładu *a posteriori* współczynników regresji; Poglądy polit. [1], [2], [3] to zakodowane zmienne kategorialne dla poglądów politycznych.

Źródło: opracowanie własne.



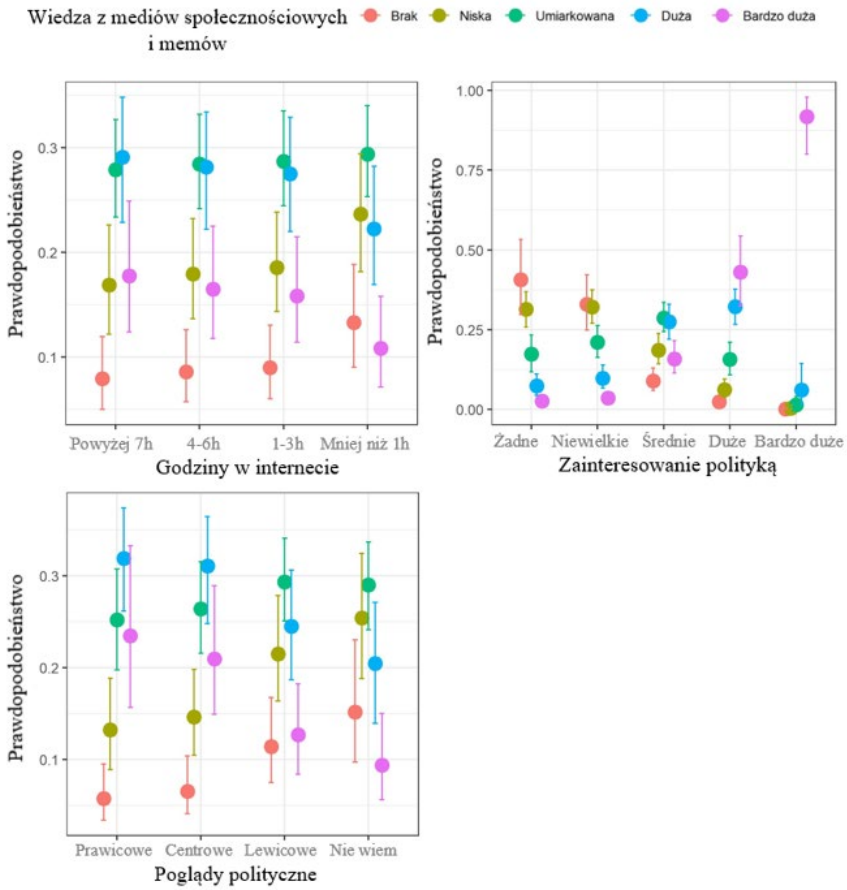
Ryc. 5. Oszacowane średnie brzegowe dla predyktorów poziomu wiedzy politycznej zaczerpniętej z memów internetowych – zmienne demograficzne.

Źródło: opracowanie własne.

Efekt godzin spędzonych w internecie nie był istotny statystycznie (log[BF] = 0,78). Efekt zainteresowania polityką był natomiast ekstremalnie silnym i istotnym statystycznie predyktorem wiedzy politycznej zaczerpniętej z memów internetowych (log[BF] = 142,77). Proporcje osób o dużym i bardzo dużym poziomie wiedzy rosły wraz z wartościami predyktora, natomiast proporcje poziomów brak, niski i umiarkowany spadały wraz ze wzrostem zainteresowania polityką (ryc. 6). Respondenci, którzy wskazywali, że nie interesują się polityką, odznaczali się najczęściej niskim poziomem wiedzy oraz jej brakiem, natomiast badani określający swoje zainteresowanie polityką jako duże i bardzo duże wyróżniali się w większości bardzo dużą i dużą wiedzą z memów internetowych. Należy także zaznaczyć, że w przypadku ankietowanych deklarujących bardzo duże zainteresowanie polityką

odnotowano zdecydowanie największe proporcje osób cechujących się bardzo dużą wiedzą.

Efekt poglądów politycznych również był ekstremalnie silny i istotny statystycznie (log[BF] = 9,49). Analiza oszacowanych średnich brzegowych wskazuje, że największy poziom wiedzy z memów miały osoby o poglądach prawicowych, na kolejnych miejscach odpowiednio uplasowały się osoby o poglądach centrowych, lewicowych i nieokreślonych. Wśród osób, które nie potrafiły określić swoich poglądów, proporcja braku wiedzy była największa, natomiast proporcja osób o dużej wiedzy była najwyższa wśród osób deklarujących poglądy prawicowe.



Ryc. 6. Oszacowane średnie brzegowe dla predyktorów poziomu wiedzy politycznej zaczerpniętej z memów internetowych – dodatkowe zmienne.

Źródło: opracowanie własne.

Dokonując porównania poziomu wiedzy ogólnej o świecie politycznym oraz wiedzy politycznej zaczerpniętej z memów internetowych, już na poziomie opiso-

wym widać, że proporcje poziomów brak, niski i umiarkowany są wyższe dla wiedzy z memów internetowych niż dla wiedzy ogólnej, natomiast proporcje poziomów duży i bardzo duży niższe. Analiza testem t Studenta dla danych zależnych z wykorzystaniem surowych wyników potwierdziła, że poziom wiedzy z memów (M = 5,81) był niższy niż poziom wiedzy ogólnej (M = 6,75), t = -11,77, p < 0,001 (tab. 4).

Tab. 4. Rezultaty testu t Studenta dla poziomu wiedzy ogólnej o świecie politycznym i wiedzy politycznej zaczerpniętej z memów internetowych

	M	*t*	*p*
Wiedza z memów internetowych	5,81	-11,77	< 0,001
Wiedza ogólna	6,75		

Źródło: opracowanie własne.

ZAKOŃCZENIE

Porównując wyniki dotyczące poziomu wiedzy ogólnej o świecie politycznym oraz wiedzy politycznej zaczerpniętej z memów internetowych, można zauważyć, że w obu przypadkach najwięcej respondentów cechuje się dużym i bardzo dużym poziomem wiedzy, natomiast najmniej – jej niskim poziomem oraz brakiem, jednak proporcje te różnią się między analizowanymi kategoriami. Wiedza ogólna o świecie politycznym jest istotnie wyższa niż wiedza z memów – łącznie 63% badanych osiągnęło poziom duży i bardzo duży w przypadku wiedzy ogólnej, podczas gdy w odniesieniu do wiedzy z memów było to jedynie 45%. W obu wymiarach wiedzy kluczowymi predyktorami okazały się wiek, wykształcenie, zainteresowanie polityką oraz poglądy polityczne. Wraz ze wzrostem wieku i poziomu wykształcenia rosły proporcje osób o wysokim poziomie wiedzy, a malały proporcje osób o poziomach niskich i braku wiedzy, jednak w przypadku wiedzy z memów efekt ten był wyraźniejszy u najmłodszych i najsłabiej wykształconych respondentów, którzy częściej wykazywali brak wiedzy. Zainteresowanie polityką okazało się najsilniejszym predyktorem w obu kategoriach. Osoby deklarujące duże i bardzo duże zainteresowanie polityką zdecydowanie częściej posiadały wysoki poziom wiedzy, a w tej grupie odnotowano najmniejsze proporcje osób bez wiedzy, przy czym efekt ten był jeszcze silniejszy w odniesieniu do wiedzy z memów. Poglądy polityczne różnicowały poziom wiedzy w podobny sposób, gdyż najwyższy poziom uzyskiwały osoby o poglądach prawicowych, następnie centrowych, lewicowych, a najniższy osoby o poglądach nieokreślonych. W przypadku wiedzy ogólnej efekt liczby godzin spędzanych w internecie był umiarkowany. Osoby korzystające z sieci krócej niż godzinę dziennie częściej cechowały się wysokim poziomem wiedzy, a osoby spędzające w internecie powyżej siedmiu godzin częściej wykazywały niski poziom lub brak wiedzy, natomiast dla wiedzy z memów zmienna ta nie miała istotnego znaczenia. Dodatkowo w odniesieniu do wiedzy z memów odnotowano istotny wpływ płci, ponieważ mężczyźni częściej niż kobiety posiadali wysoki poziom wiedzy.

Badania przedstawione w artykule pokazują, że choć młodzi respondenci deklarują wysoki poziom ogólnej wiedzy politycznej, to wiedza pozyskiwana z memów jest wyraźnie niższa, co koresponduje z wcześniejszymi ustaleniami, że memy pełnią przede wszystkim funkcję ekspresji politycznej, a nie źródła pogłębionej informacji. Podobnie jak w badaniach M. Johanna oraz A. Halversena i B. E. Weeksa memy okazują się elementem uczestnictwa online, współwystępującym z innymi formami aktywności, lecz nieprzekładającym się na wyższy poziom wiedzy politycznej. Różnice pojawiają się w zakresie poglądów politycznych i płci, gdyż w analizowanych danych osoby o poglądach prawicowych oraz mężczyźni częściej osiągają wyższy poziom wiedzy z memów, podczas gdy wcześniejsze badania – zwłaszcza G. Schiazzy – wskazywały raczej na większe zaangażowanie w memy po stronie osób o poglądach lewicowych, bez związku z poziomem wiedzy. W przeciwieństwie do ustaleń dotyczących intensywności korzystania z internetu czas spędzany online nie różnicuje poziomu wiedzy z memów, co sugeruje, że sama ekspozycja nie przekłada się na przyswajanie treści. Łącznie wyniki te wzmacniają dotychczasową tezę, że memy polityczne są przede wszystkim narzędziem komunikacji i uczestnictwa, a nie efektywnym kanałem zdobywania wiedzy politycznej.

Reasumując, internetowe memy dzięki swojej przystępnej formie, atrakcyjnej warstwie wizualnej i błyskawicznemu rozpowszechnianiu w mediach społecznościowych stają się skutecznym narzędziem komunikacji. Często upraszczają złożone zagadnienia polityczne, sprowadzając je do formy żartu lub symbolu, co może pobudzać zainteresowanie i zachęcać do refleksji. Jednak ich siła oddziaływania niesie również ryzyko, ponieważ mogą spłycać debatę publiczną, utrwalać uproszczone schematy myślenia oraz sprzyjać rozpowszechnianiu dezinformacji.

BIBLIOGRAFIA

Bakalarski, K. 2016. *Memy internetowe satyrą polityczną społeczeństwa sieci*, „Studia Bobolanum", nr 2, ss. 163–186. DOI: https://doi.org/10.30439/SB.2018.2.8.

Blum-Ross A., Donoso V. 2018. *Looking forward: Technological and social change in the lives of European children and young people Report for the ICT Coalition for Children Online*, ICT Coalition, London.

Collin, P. 2015. *Young Citizens and Political Participation in a Digital Society. Addressing the Democratic Disconnect*, Palgrave Macmillan, Sydney. DOI: https://doi.org/10.1057/9781137348838.

Czapiec-Veltzé, K. 2022. *Debata w obrazkach. O zawartości politycznych memów internetowych*, „Media Biznes Kultura", nr 1 (12), ss. 177–194. DOI: https://doi.org/10.4467/25442554.MBK.22.011.16156.

Czapiga, A. 2025. *Rosyjskie i Polskie memy internetowe jako narzędzie w walce z kryzysem epidemicznym Covid-19*, „Przegląd Wschodnioeuropejski", nr 16 (1), ss. 245–258. DOI: https://doi.org/10.31648/pw.11462.

Dennis, J. 2019. *Beyond Slacktivism. Political Participation on Social Media*, Springer International Publishing, Portsmouth. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-030-00844-4.

Flores, S. E. 2017. *Sfejsowani. Jak media społecznościowe wpływają na nasze życie, emocje i relacje z innymi,* Wydawnictwo MUZA S.A., Warszawa.

Grochowski, P. 2015. *Memy internetowe jako klucz do dostępu cyberkultury*, „Kultura Współczesna: Teoria, Interpretacje, Krytyka", nr 3, ss. 213–218.

Halversen, A., Weeks, B. E. 2023. *Memeing Politics: Understanding Political Meme Creators, Audiences, and Consequences on Social Media*, „Social Media + Society", t. 9, nr 4, s. 1–11. DOI: https://doi.org/10.1177/20563051231205588.

Jabłońska, M. R. 2018. *Człowiek w cyberprzestrzeni. Wprowadzenie do psychologii Internetu*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.

Johann, M. 2022. *Political participation in transition: Internet memes as a form of political expression in social media*, „Studies in Communication Sciences", t. 22, nr 1, s. 149–164. DOI: https://doi.org/10.24434/j.scoms.2022.01.3005.

Juza, M. 2013. *Memy internetowe – tworzenie, rozpowszechnianie, znaczenie społeczne*, „Studia Medioznawcze", nr 55, ss. 49–60.

Kamińska, M. 2024. *Mem internetowy jako gatunek medialny. Historia, środki wyrazu i funkcja w kulturze*, „Napis", nr 30, ss. 107–123. DOI: https://doi.org/10.18318/NAPIS.2024.1.6.

Kapuściński, R. 2008. *Autoportret reportera*, Społeczny Instytut Wydawniczy Znak, Kraków.

Kasprowicz, D., Veltzé, K. 2020. *Badania nad memami internetowymi w świetle wiedzy o nowych mediach – wyzwania metodologiczne*, „Studia de Cultura", nr 12(3), ss. 4–12. DOI: https://doi.org/10.24917/20837275.12.3.1.

Kopsztejn, M. 2014. *Komunikacja językowa w Internecie na przykładzie Facebooka*, [w:] *Komunikowanie się ludzi młodych we współczesnym świecie*, K. Walotek-Ściańska, M. Szyszka (red.), Wydawnictwo WSA, Bielsko-Biała.

Krawczyk, M., Prokopowicz, A. 2020. *Memy internetowe w kontekście ochrony wizerunku osób publicznych*, „Media i Społeczeństwo", nr 12, ss. 97–113.

Krzysztofek, K. 2012. *Obraz i spektakl jako przemysł kultury: między konsumpcją i uczestnictwem*, „Przyszłość. Świat–Europa–Polska", nr 1, ss. 45–59.

Marak, K. 2013. *Mem internetowy: informacja i transformacja w sieci*, [w:] *Netlor. Wiedza cyfrowych tubylców*, P. Grochowski (red.), Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, Toruń.

Morbitzer, J. 2011–2012. *O istocie medialności młodego pokolenia*, „Neodidagmata", nr 33/34, ss. 131–153.

Pazderska, A. 2024. *Aktywność polityczna młodych dorosłych w internecie*, Wydawnictwo Uniwersytetu Kazimierza Wielkiego, Bydgoszcz.

Piskorz, K. 2015. *Internet nie śpi, internet reaguje. Memy internetowe jako forma komentarza do bieżących wydarzeń społecznych i politycznych*, „Zeszyty Prasoznawcze", nr 3 (223), ss. 650–658. DOI: https://doi.org/10.4467/2299-6362PZ.15.043.4245.

Rogers, K. *Meme*, Encyclopaedia Britannica, https://www.britannica.com/topic/meme, (dostęp: 02.10.2025).

Schiazza, G. 2023. *Measuring Internet Meme engagement and individual differences: a novel scale and its correlates*, „International Journal of Population Data Science", nr 8 (3). DOI: https://doi.org/10.23889/ijpds.v8i3.2276.

Shifman, L. 2013. *Memes in a Digital World: Reconciling with a Conceptual Troublemaker,* „Journal of Computer-Mediated Communication", t. 18, nr 3, ss. 362–377. DOI: https://doi.org/10.1111/jcc4.12013.

Zając, J. M., Krejtz, K. 2007. *Internet jako przedmiot i obszar badań psychologii społecznej*, „Psychologia Społeczna", t. 2–3, s. 191–200.

Żardecka, A. 2018. *Memy internetowe jako odpowiedź na wizerunek kreowany przez liderów politycznych*, „Europejskie Studia Społeczno-Humanistyczne", nr 22 (1), s. 119–127.

FROM LIKES TO KNOWLEDGE? INTERNET MEMES AS A SOURCE OF POLITICAL KNOWLEDGE FOR THE YOUNG GENERATION

Abstract: Internet memes, while often light-hearted and humorous, are increasingly becoming a tool for political communication. Their popularity among younger generations means that they can not only entertain but also shape opinions, attitudes, and civic awareness. The aim of this article was to address the following questions: What is the level of general political knowledge acquired through formal and informal education, and what is the level of knowledge acquired from internet memes among young people? Can internet memes play a significant role in shaping the political awareness of younger generations? The research findings show that respondents demonstrated broader general political knowledge than knowledge derived from internet memes. The degree of political engagement and ideological orientation were the main factors differentiating the analysed dimensions. In terms of knowledge gained from memes, demographic variables such as gender and the age of the youngest respondents also proved to be significant.

Keywords: internet meme, young generation, internet, politics

BIOGRAM

Agnieszka Pazderska – dr nauk o polityce i administracji, adiunkt badawczo-dydaktyczny w Katedrze Myśli Politycznej i Ruchów Społecznych na Wydziale Nauk o Polityce i Administracji Uniwersytetu Kazimierza Wielkiego w Bydgoszczy. Główne zainteresowania badawcze: aktywność młodych dorosłych w internecie, wykorzystywanie mediów społecznościowych w polityce, slaktywizm. Kontakt e-mail: agnieszka.pazderska@ukw.edu.pl