

JUSTYNA SZULICH-KAŁUŻA

METAFORY WIZUALNE PANDEMII COVID-19 W MEMACH INTERNETOWYCH

WPROWADZENIE

Globalna pandemia COVID-19 stała się wyzwaniem dla współczesnych społeczeństw na wielu obszarach. Autorzy raportu *Życie codzienne w czasach pandemii* nazywają ją okresem reorganizacji codzienności, obejmującym — po pierwsze — przeobrażenia więzi (zwiększenie lub zmniejszenie samotności, oddalenie lub zbliżenie do innych, niedosyt lub nadmiar kontaktów), po drugie — przeobrażenia temporalnej organizacji codzienności, wreszcie po trzecie — nadmiar informacji i kontaktu z mediami, które wymuszają konieczność selektywnego traktowania info- i media-sfery¹. Wraz ze zmianą form społecznego funkcjonowania należy dostrzec modyfikacje praktyk komunikacyjnych, uzależnionych w niespotykanej wcześniej skali od Internetu i mediów społecznościowych. Wśród wielu form komunikacyjnych należy wymienić memy internetowe, swoisty fenomen komunikacyjny i medium ekspresywnej aktywności w nowych mediach. Naukowym analizom memy są poddawane najczęściej w zakresie różnorodności form i treści, sposobów ich tworzenia i kanałów rozprzestrzeniania². W okresie

Dr hab. JUSTYNA SZULICH-KAŁUŻA, prof. KUL — Katolicki Uniwersytet Lubelski Jana Pawła II, Wydział Nauk Społecznych, Instytut Dziennikarstwa i Zarządzania (dyrektor), Katedra Komunikacji Wizualnej i Nowych Mediów; adres do korespondencji: Al. Raławickie 14, 20-950 Lublin, e-mail: justyna.szulich-kaluza@kul.pl; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6845-168X>.

¹ Rafał DROZDOWSKI i in., *Życie codzienne w czasach pandemii. Raport z pierwszego etapu badań* (Poznań: Wydział Socjologii UAM, 2020), 23–24. Uniwersytet Adama Mickiewicza w Poznaniu. Wydział Socjologii, dostęp 24.05.2021, <http://socjologia.amu.edu.pl/aktualnosci/socjologia/464-zycie-codzienne-w-czasach-pandemii-raport>.

² Warto wskazać na pewien interesujący artykuł, w którym autorka wykazała, że tworzone podczas pandemii memy odnosiły się do sfer życia bliskich internautom: przede wszystkim do ich życia codziennego oraz powszechnie dostępnego przekazu medialnego (stąd takie tematy, jak polityka, sytuacja globalna). Zuzanna JEZIERSKA, „Poznawcze i emocjonalne charakterystyki

pandemii stały się kreatywnym sposobem na komunikowanie koronawirusowych doświadczeń użytkowników, przede wszystkim humorystycznych reakcji na bieżące wydarzenia związane m.in. z sytuacją pandemiczną, działalnością władz, służb medycznych i mundurowych w zakresie wprowadzania i przestrzegania reżimu sanitarnego. Okazały się popularnym środkiem współtworzącym konstrukt medialny pandemii.

Przedmiotem artykułu jest charakterystyka metafor wizualnych o pandemii w memach polskich internautów, które pojawiły się w sieci od momentu ogłoszenia w Polsce stanu pandemicznego. Materiał do analiz metafor wyselekcjonowano, kierując się dwoma kryteriami: po pierwsze, szukano memów o najbogatszej semantyce wizualnej i, po drugie, wybrano memy spełniające przynajmniej jedną z definicyjnych cech metafory wizualnej. W przypadku drugiego kryterium posłużono się czterema wskaźnikami definicyjnymi metafory wizualnej. Zgodnie z nimi wystarczyło, że wizualizacja spełniała jedną z następujących właściwości: (1) mamy do czynienia z przypadkami, w których występuje wizualna fuzja elementów z dwóch odmiennych obszarów znaczeniowych lub gatunkowych w jedną przestrzennie ograniczoną całość; (2) pojawia się mechanizm zastąpienia oczywistego i oczekiwanego elementu nieoczekiwanym, burzącym proste, logiczne skojarzenie; (3) zawartość jest kompozycją znaków słownych i obrazowych, które poprzez swój szczególny stosunek do siebie tworzą pospół nową jakość; (4) wizualne przedstawienie jest użyte jako okazja do myślenia metaforycznego. Memy archiwizowano w okresie od 17 maja 2021 r. do 25 maja 2021 r. z trzech witryn internetowych: *Dziennik Polski*, <https://dziennikpolski24.pl>, *GK24.pl* [*Głos Koszaliński*], <https://gk24.pl/>, *Polska Times*, <https://polskatimes.pl/>. Jak widać, są to witryny trzech tytułów prasy codziennej. Wymienione dzienniki posiadały specjalną zakładkę zatytułowaną „Najlepsze memy o koronawirusie/kwarantannie z internetu”. Wyselekcjonowane memy można podzielić na trzy zasadnicze grupy: memy o koronawirusie, memy o codziennych praktykach w sytuacji reżimu sanitarnego (kwarantanny) oraz memy o działaniach służb mundurowych i medycznych. Dalej w tekście każda z wymienionych grup ma swoje reprezentacje w przykładach. Zamierzeniem badawczym było przeprowadzenie analizy opisowej metafor wizualnych na przykładzie wybranych memów internetowych. Postępowanie badawcze w podjętym projekcie obejmowało kilka etapów: (1) wybór i selekcja memów do analizy zawartości; (2) wstępna kategoryzacja memów — wybór memów o bogatym

memów tworzonych w początkowym etapie pandemii koronawirusa w roku 2020”, *Fabrica Societatis*, nr 3 (2020): 190–200, dostęp 24.05.2021, <http://www.fabricasocietatis.uni.wroc.pl>.

znaczeniu metaforycznym; (3) przygotowanie klucza analitycznego według trzech punktów: wskazanie domeny docelowej, domeny źródłowej i mapowania cech z domeny źródłowej do domeny docelowej; (4) przeprowadzenie opisowej analizy metafor.

Struktura artykułu jest następująca. W pierwszej części omówiono zagadnienia teoretyczne dotyczące memów i metafor wizualnych, które są istotne dla dalszych analiz autorskich. Druga część jest poświęcona metodologii i analizom szczegółowym wybranych przykładów metafor wizualnych pandemii. Ostatnia część zawiera kilka uwag końcowych o charakterze podsumowującym.

MEMY INTERNETOWE – W KONTEKŚCIE METAFORYCZNYCH ZNACZEŃ

Słowo *mem* (ang. *meme*) jest skrótem angielskiego *mimeme*, będącego transpozycją greckiego μίμημα (*mimēma*) — naśladownictwo, kopia, podrobka, nawiązującego do μίμησις (*mimēsis*) — naśladowanie, imitowanie³. Do prekursorów, a następnie propagatorów memetyki, dziedziny nauki badającej, zarówno teoretycznie jak i empirycznie, procesy replikacji, rozprzestrzenianie się i ewolucję memów jako elementów kultury, które są przekazywane w sposób analogiczny do biologicznego przekazywania genów (w tym memów w postaci obrazu, wideo, frazy itp., rozpowszechnianych za pośrednictwem Internetu i często zmienianych w sposób kreatywny lub humorystyczny), należą Richard Dawkins, Henry Plotkin, Daniel C. Dennett, Richard Brodie, Maynard Smith oraz Susan Blackmore⁴.

Dla użytkowników w potocznym ujęciu memy są to obrazy komentowane i rekomentowane w celach humorystycznych, satyrycznych i politycznych, rzadziej tworzone z myślą o estetyce przekazu i pokazaniu jakiegoś piękna, wysublimowanego dowcipu czy patosu. Zgrabną słownikową definicją jest przyrównanie memu do tekstu kultury, w którym są wykorzystane znaki

³ Co ciekawe, podobnie brzmiący termin, oznaczający ewolucję kulturową, pojawił się już w 1870 r., kiedy austriacki socjolog Ewald Hering ukuł frazeologizm „die Mneme” (tym razem od greckiego μνήμη [*mnēmē*] oznaczającego pamięć), którego niemiecki biolog Richard Semon użył w tytule książki *Die Mnemischen Empfindungen in ihren Beziehungen zu den Original-empfindungen* [Wrażenia mnemiczne w ich związku z pierwotnymi doznaniem]. David HULL, „Taking Memetics Seriously: Memetics Will Be What We Make It”, w: *Darwinizing Culture: The Status of Memetics as a Science*, red. Robert Aunger (Oxford: Oxford University Press, 2000), 43–168.

⁴ Ignacy S. FIUT, „Filozoficzne konsekwencje memetyki”, dostęp 25.05.2021, <http://www.racjonalista.pl/kk.php/t,4712>.

językowe i wizualne pozyskiwane z zasobów kultury popularnej, np. fragmenty filmów, seriale telewizyjne, programy rozrywkowe, reprodukcje obrazów⁵. Tożsamość twórców jest zazwyczaj ukryta — są one tworzone i powielane anonimowo. Uznajemy je za formę kreatywnych aktywności, które wiele mówią o autorach i praktykach memowych oraz zachęcają do myślenia na nowe sposoby. Mem internetowy wyróżnia zatem to, że jest zdigitalizowaną jednostką informacji (np. w postaci obrazu, filmu, dźwięku), która replikuje się wyłącznie drogą internetową, skopiowaną, przetworzoną i w tej przetworzonej formie opublikowaną w Internecie⁶. W sieci memy są wytwarzane i przesyłane w celu propagowania różnorodnych treści w formie żartów, plotek, pogłosek i filmików. Rozpowszechniane w oryginalnej lub pochodnej postaci są nazywane spin-offami wersji pierwotnej⁷. Obraz, tekst i praktycznie każdy szablon strukturalny mema podlega ciągłemu łączeniu, przekształcaniu i tworzeniu nowych memów, czyli spin-offów swoich poprzednich wersji⁸. Struktura mema nie jest czymś stałym i zakładanym, jego ciągłe przekształcanie oznacza permanentne odnawianie znaczeń i uznanie, że mem jest dobry. Użytkownicy korzystają z ram, które, z jednej strony, odnoszą do osoby postrzegającej dany mem, z drugiej zaś do procesu, w którym użytkownicy rozwijają szczególną konceptualizację problemu, łącznie z projektowaniem reorientacji ich myślenia o danym zagadnieniu czy wydarzeniu. Ramy (szablony) na ogół implikują spójne układy metafor splecione w narracyjne zbiorowe formy. W opracowaniu podjęto próbę odszukania i odczytania znaczeń metaforycznych ukrytych w metaforach wizualnych.

METAFORY WIZUALNE — RODZAJE I TERMINOLOGIA BADAWCZA

W ostatnich latach rośnie liczba publikacji opartych na empirycznych badaniach nad naturą oraz specyfiką metafor wizualnych. Szczegółowo opra-

⁵ Jakub NOWAK, „Memy internetowe. teksty (cyfrowej) kultury językiem krytyki społecznej”, w: *Współczesne media. Język mediów*, red. Iwona Hofman, Danuta Kępa-Figura (Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, 2013), 231.

⁶ Adam WALKIEWICZ, „Czym są memy internetowe? Rozważania z perspektywy memetycznej”, *Teksty z Ulicy. Zeszyt Memetyczny* nr 12(2012): 50.

⁷ Limor SHIFMAN, „Memes in a Digital World. Reconciling with a Conceptual Troublemaker”, *Journal of Computer-Mediated Communication*, nr 18 (2013): 362.

⁸ Charalambos KONSTANTINEAS, Georg VLACHOS, „Internet Memes. Humour in Late Modernity and Encroachment Upon the Mainstream”, dostęp 20.04.2021, <http://www.inter-disciplinary.net/critical-issues/wpcontent/uploads/2012/06/vlachosvispaper.pdf>.

cowane zostały metafory wizualne w różnych gatunkach, takich jak reklama⁹, film¹⁰, kreskówki¹¹, komiksy, mangi i animacje¹².

Metafora jest jednym z podstawowych i uniwersalnych mechanizmów komunikacyjnych. Najstarszą definicję metafory sformułował Arystoteles, który rozumiał ją jako przeniesienie nazwy z gatunku na rodzaj bądź z rodzaju na gatunek, jak również przeniesienie nazwy z jakiejś rzeczy na inną rzecz przy użyciu analogii. Analogię z kolei tłumaczył matematycznie jako rodzaj odniesień proporcjonalnych, charakteryzujących podobieństwa przedmiotów na podstawie równoległości występujących między nimi wspólnych cech¹³. W przyjętej perspektywie badawczej metafora, podobnie jak rama, jest narzędziem poznawczym, dzięki któremu podmiot postrzegający może nazwać i objaśnić zdarzenie zaistniałe w rzeczywistości¹⁴. Zakładam, że metafora pojęciowa nie ogranicza się wyłącznie do sfery języka werbalnego i uznaję jej właściwość polegającą na przejawianiu się poprzez inne sposoby komunikacji, takie jak np. obrazy, rysunki, dźwięk, muzyka, gesty czy język

⁹ Barbara J. PHILLIPS, „Understanding visual metaphor in advertising”, w: *Presuasive Imagery. A Consumer Response Perspective*, red. Linda M. Scott i Rajeev Batra (Mahwah, NJ/London: Lawrence Erlbaum, 2003), 297–310; Amy A. WIGGIN i Christine M. MILLER, „Uncle Sam Wants You! Exploring Verbal-Visual Juxtapositions in Television Advertising”, w: *Presuasive Imagery. A Consumer Response Perspective*, red. Linda M. Scott and Rajeev Batra (Mahwah, NJ/London: Lawrence Erlbaum, 2003), 267–295; Eija VENTOLA, Charles Cassiliy i Martin KALTENBACHER, *Perspectives on Multimodality* (Amsterdam: Benjamins, 2004); Marisol VELASCO i Pedro FUERTES, „Towards a critical cognitive-pragmatic approach to gender metaphors in Advertising English”, *Journal of Pragmatics*, nr 38(11) (2006): 1982–2002; Marisol VELASCO i Pedro FUERTES, „Olfactory and olfactory-mixed metaphors in print ads of perfumes”, *Annual Review of Cognitive Linguistics*, nr 4 (2006): 217–252; Veronica KOLLER, „Brand images: Multimodal metaphor in corporate branding messages”, w: *Multimodal metaphor*, red. Charles Forceville, Eduardo Urios-Aparisi (Berlin/New York: Mouton de Gruyter, 2009), 45–71.

¹⁰ Noel CARROLL, „Visual metaphor”, w *Aspects of Metaphor*, red. Jaakko Hintikka (Dordrecht: Kluwer, 1994), 189–223; Noel CARROLL, „A note on film metaphor”, w *Theorizing the Movie Image*, red. Noel Carroll (Cambridge: Cambridge University Press, 1996), 212–223.

¹¹ John M. KENNEDY, „Metaphor in Pictures”, *Perception*, nr 11(5) (1982): 589–605.

¹² Charles FORCEVILLE, „Metaphors in pictures and multimodal representations”, w *The Cambridge Handbook of Metaphor and Thought*, red. Raymond W. Jr. Gibbs (Cambridge: Cambridge University Press, 2008), 462–482; Bart EERDEN, „Anger in Asterix: The metaphorical representation of anger in comics and animate films”, w *Multimodal metaphor*, red. Charles Forceville i Eduardo Urios-Aparisi (Berlin/New York: Mouton de Gruyter, 2009), 243–264; Kazuko SHINOHARA i Yoshihiro MATSUNAKA, „Pictorial metaphors of emotion in Japanese comics”, w *Multimodal metaphor*, red. Charles Forceville i Eduardo Urios-Aparisi (Berlin/New York: Mouton de Gruyter, 2009), 265–296.

¹³ Mieczysław A. KRAPIEC, „Analogia”, w *Wprowadzenie do filozofii* (Lublin: Redakcja Wydawnictw KUL, 1992), 131.

¹⁴ Agnieszka LIBURA, *Wyobrażenia w języku. Leksykalne korelaty schematów wyobrażeniowych* (Wrocław: Centrum — Peryferie — Siły, 2000), 46.

ciała. I jeśli najprościej określić metaforę jako charakterystyczny dla języków naturalnych sposób kodowania informacji o świecie, to analogicznie można zdefiniować metaforę wizualną jako kodowanie informacji o otaczającej rzeczywistości za pomocą języka obrazu. Metafora wizualna (lub obrazowa) jest najczęściej badanym niewerbalnym sposobem ujęć metaforycznych. Obrazy mają percepcyjną bezpośredniość, której brakuje w języku. Każde wizualne przedstawienie może być postrzegane jako przykład metafory wizualnej pod warunkiem, że jej użycie jest okazją do myślenia metaforycznego¹⁵. Na potrzeby analiz własnych chciałabym wskazać na kilka stwierdzeń o metaforach wizualnych jako interesującym instrumentarium badawczym, na które zwrócił uwagę holenderski semiotyk i medioznawca Charles Forceville: (1) metafory niewerbalne różnią się od metafor werbalnych, mają bowiem bardziej zmysłowy i emocjonalny wpływ na widzów; (2) metafory wizualne osiągają większą apelację międzynarodową, ponieważ nie polegają wyłącznie na kodach językowych; (3) metafory wizualne pozwalają na subtelniejsze sposoby przekazywania i osiągnięcia ich retorycznych efektów w bardziej dyskretny sposób¹⁶. Co szczególnie istotne, natura metafor wizualnych pozwala także na wskazanie interesujących praktyk badawczych: (1) mnogość odczytów i interpretacji; (2) możliwość wspólnego negocjowania znaczeń wizualnych przez twórców i odbiorców; (3) praktyka rozróżnienia między dosłownym i metaforycznym myśleniem (dwa poziomy odczytu na wzór denotacji i konotacji); (4) możliwość ustalenia wspólnych metaforycznych wzorców myślowych, znaków, symboli które pełnią funkcje metafor; (5) możliwość ustalenia wysoce konwencjonalnych (umownych) wyrażen słownych wzmacnianych przez reprezentacje wizualne. W opracowaniu przyjęto także założenia koncepcji metafory multimodalnej, Ch. Forceville'a. W definicji opisał jej swoistą cechę — domeny docelowe, źródłowe są odwzorowywane, reprezentowane lub sugerowane przez co najmniej dwa różne systemy znaków, z których jeden może być np. językiem, drugi oprawą wizualną¹⁷. To, jak dokładnie interpretacja metafor obrazowych i multimodalnych różni się od ich werbalnych odpowiedników, jest wciąż w dużej mierze obszarem niezbadanym, towarzyszące im czynniki strukturalne wydają się pełnić funkcje łatwiej identyfikowalne. Po pierwsze, multimodalna

¹⁵ John M. KENNEDY, Christopher D. GREEN i John VERVAEKE, „Metaphoric Thought and Devices in Pictures”, *Metaphor and Symbolic Activity*, nr 8(3) (1993): 244.

¹⁶ Charles FORCEVILLE, „Metaphor in pictures and multimodal representations, w *The Cambridge Handbook of Metaphor and Thought*, red. Raymond W. Jr. Gibbs (Cambridge: Cambridge University Press, 2008), 462–482.

¹⁷ *Ibid.*, 465.

natura celu i źródła oznacza, że są one odbierane inaczej niż ich słowne odpowiedniki: obrazy, dźwięki i gesty mają percepcyjną bezpośredniość, której brakuje w języku. W przeciwieństwie do metafor monomodalnych (np. prototypowa metafora językowa) metafory multimodalne są reprezentowane w różnych trybach. Badania nad wizualnymi kanałami metafor multimodalnych prowadzą przede wszystkim badacze języka filmu. Trevor Whittock w opracowaniu *Metaphor and film* („Metafora i film”)¹⁸ pokazuje, że filmy fabularne są przesiąknięte metaforami świadomie wprowadzonymi przez reżyserów. Badanie metafory filmowej zmusza do ponownego przemyślenia natury samej metafory oraz sposobów rozpoznawania i rozumienia filmowych obrazów, a także ich interpretacji. Autor identyfikuje podstawowe formy metafory filmowej, a także dostarcza analizy operacji umysłowych, które trzeba do niej wprowadzić. Najnowsze osiągnięcia w psychologii poznawczej, zwłaszcza odnoszące się do natury i formowania się kategorii poznawczych mają na celu wyjaśnienie tych procesów. Reprezentacje obrazowe i multimodalne mają inne, średnio określone sposoby wskazywania podobieństwa między celem, a źródłem, niż jest to w przypadku języka. O ile dźwięki i obrazy są łatwiej rozpoznawalne ponadnarodowo i globalnie niż (nieznane) języki, metafory obrazkowe i multimodalne pozwalają na większy dostęp międzykulturowy niż werbalny. Źródła obrazowe i multimodalne mają prawdopodobnie silniejszy ładunek emocjonalny niż werbalne. Zidentyfikowane typy metafor mogą występować zarówno w ruchomych, jak i statycznych obrazach. Na zdjęciach jednak, szczególnie statycznych, nie ma takiej liniowości ani gramatycznych „reguł” jednoznacznego określania celu i źródła, dlatego też cel i źródło należy zidentyfikować na innych podstawach. Ruchome obrazy umożliwiają jednak znacznie więcej sposobów konstruowania metafor niż obrazy statyczne. Nawet uwzględniając kilka opracowań, trzeba stwierdzić, że metafora multimodalna nie została jeszcze w pełni empirycznie przebadana, stanowi więc przestrzeń do naukowych refleksji i projektów badawczych. Multimodalność jest złożoną koncepcją, której dojrzała teoria musi uwzględniać układy znaków, percepcję sensoryczną i łączące je nośniki materiału. Aby kombinacja dwóch zjawisk mogła być interpretowana jako metafora multimodalna, muszą być spełnione trzy kryteria, z których tylko ostatnie charakteryzuje wyłącznie różnorodność multimodalną. Po pierwsze, biorąc pod uwagę kontekst, w którym występują, domeny docelowa i źródłowa należą do różnych kategorii. Po drugie,

¹⁸ Trevor WHITTOCK, *Metaphor and film* (Cambridge, New York: Cambridge University Press, 1990).

obie domeny można odpowiednio rozdzielić jako cel i źródło oraz uchwycić w formacie A jest B, który zmusza lub zaprasza adresata do zmapowania jednej lub więcej cech, konotacji od źródła do celu. Po trzecie, dwa zjawiska (tj. cel i źródło) są przetwarzane w różnych systemach znaków czy trybach sensorycznych.

Podejmowane badania nad metaforą multimodalną powinny być wielokontekstowe i uwzględniać między innymi następujące pytania: w jaki sposób różne wymiary multimodalnej metafory wpływają na jej potencjalne wykorzystanie; które systemy znaków i tryby sensoryczne są wzywane do rozpoznawania domen docelowych i źródłowych; czy metafora występuje w przedstawieniach statycznych czy ruchomych; w jaki sposób jest interpretowane podobieństwo metaforyczne; w jaki sposób producent przekazuje metaforę w sposób jawny lub ukryty ze wskazówkami; jaki wpływ może mieć kontekst kulturowy na odbiór multimodalnych metafor? Wszystkie te wymiary zasługują na dalsze badania teoretyczne i empiryczne — niektóre z nich zostaną wykorzystane do autorskich analiz poszczególnych memów.

CHARAKTERYSTYKA METAFOR WIZUALNYCH — ANALIZY WŁASNE WYBRANYCH PRZYKŁADÓW MEMÓW

Zgromadzone memowe wizualizacje w większości są egzemplifikacjami metaforycznego myślenia. Wybrane przykłady dziesięciu memów zostały podane opisowej analizie według czterech porządkujących pytań, właściwych dla analizy metafor: (1) Jakie są dwa terminy metafory — domena źródłowa i docelowa? (2) Który termin jest domeną docelową metafory, który jest domeną źródłową? (3) Jakie cechy domeny źródłowej są mapowane do domeny docelowej? (4) Jakie elementy metafor pierwotnych (*primary metaphor*) można odszukać w wizualizacjach? Pojęcie metafor pierwotnych jest tu używane w znaczeniu uniwersalnych korelacji między porównywanymi elementami¹⁹. W analizach będzie uwzględniona relacja uzupełniająca między elementami werbalnymi i wizualnymi zgodnie z ustaleniem, że metafora multimodalne to kompozycja znaków słownych i wizualnych. Werbalny kontekst definiuje

¹⁹ Zgodnie z propozycją rozwiniętą w pracach: Joseph GRADY, „A typology of motivation for conceptual metaphor: correlation vs. resemblance”, w: *Metaphor in Cognitive Linguistics*, red. Raymond W. Gibbs i Gerard Steen (John Benjamins Publishing Company, 1999), 79–100; Joseph GRADY, „Primary metaphors as input to conceptual integration”, *Journal of Pragmatics*, nr 37 (2005): 1595–1614.

jako wyrażenia językowe, które znajdują się w bliskiej odległości od obrazu oraz są przeznaczone do bezpośredniego odczytania w połączeniu z obrazem.

Dwa pierwsze memy wybrane do analizy (przykłady 1 i 2) reprezentują metafory wizualne przedstawiające molekułę koronawirusa.

Kiedy ludzie robią o tobie memy i się z nich śmieją zamiast się ciebie bać



Przykład nr 1

Źródło: *GK24.pl*, dostęp 25.05.2021, <https://gk24.pl/koronawirus-memy-najlepsze-memy-na-temat-koronawirusa-internauci-zartuja-z-koronawirusa-24052021/ga/c15-15419239/zd/47765019>

1. Domena źródłowa: Domena jest reprezentowana w trybie wizualnym o metaforycznym znaczeniu. Przedstawienie molekuły odbiega od powszechnie znanego kształtu i koloru. Zazwyczaj koronawirus w materiałach popularyzatorskich i medialnych jest prezentowany w barwie czerwonej — agresywnej i groźnej lub w odcieniu fioletowym, kojarzącym się ze smutkiem i śmiercią. W domenie źródłowej molekuła jest w jasnym, świetlistym kolorze z dominacją kojącego koloru zielonego z wyraźnym zarysowaniem zmysłów wzroku, węchu, ust oraz kończyn w układzie pionowym. Pojawia się zatem mechanizm zastąpienia oczywistego i oczekiwanego elementu (czerwona wielka molekuła wirusa) z nieoczekiwanym burzącym proste, logiczne skojarzenie (zielony stworek).

2. Domena docelowa: Wyobrażenie koronawirusa — domena jest prezentowana w trybie wizualnym z wypowiedzią werbalną. Warstwa słowna wskazuje, że wirusa należy traktować żartobliwie i nie bać się go (tryb wizualno-werbalny).

3. Mapowanie cech z domeny źródłowej do domeny docelowej: Sposób przedstawienia molekuly, jej kolor, wielkość, przypisane cechy sugeruje nawiązanie do metafory pierwotnej *wielki jest potężny* i należy się go bać. Z drugiej strony zastosowane zabiegi kompozycyjne i plastyczne sugerują odebranie wirusowi siły i mocy. Zarysowanie twarzy i zmysłów i części ludzkiego ciała można zinterpretować jako metaforę opartą na swobodnym plastycznym modelowaniu fizycznego wyglądu.



Przykład nr 2

Źródło: GK24.pl, dostęp 25.05.2021, <https://gk24.pl/koronawirus-memy-najlepsze-memy-na-temat-koronawirusa-internauci-zartuja-z-koronawirusa-24052021/ga/c15-15419239/zd/47765091>

1. Domena źródłowa: Domena jest prezentowana w trybie wizualnym z podpowiedzią werbalną. W wizualizacji wirusa wykorzystano bajkową postać z kreskówki „SpongeBob Kancistoporty”, wymyślonej przez biologa morskiego i animatora bajek Stephen Hillenbarga

2. Domena docelowa: Wyobrażenie koronawirusa — domena jest prezentowana w trybie wizualnym z podpowiedzią werbalną.

3. Mapowanie cech z domeny źródłowej do domeny docelowej (wykorzystanie metafor pierwotnych): Bajki są jedną z najstarszych form metaforycznych. Wizualizowane cechy postaci SpangeBoba to nieporadność, łatwowierność, naiwność oraz — w zależności od sytuacji — niezadowolony, zdenerwowany, zły i agresywny postawa. Mapowane cechy z obiektów źródłowych na koronawirusa są zróżnicowane w zależności

od publicznej przestrzeni mówienia o nim. W rzeczywistości wirus jest niegroźny i przyjacielski, w memach przybiera postawę lekko groźną, natomiast w mediach staje się niebezpiecznie groźny i w tym ostatnim przypadku mamy do czynienia z wykorzystaniem metafory rozmiaru *wielki jest groźny*.

Kolejne przykłady memów (nr 3 i 4) reprezentują metafory wizualne ilustrujące sytuację przymusowej kwarantanny



Przykład nr 3

Źródło: *Dziennik Polski*, dostęp 25.05.2021, <https://dziennikpolski24.pl/memy-o-kwarantannie-zobacz-najlepsze-memy-o-epidemii-koronawirusa/ga/c15-14929164/zd/43009294>

1. Domena źródłowa: Domena jest przedstawiona w trybie wizualnym. Kwarantanna jest zaprezentowana przy zastosowaniu obiektu źródłowego — niedźwiadka w niewoli oraz — za pomocą metafory pierwotnej zamknięcia przestrzennego, powodującego izolację nie tylko fizyczną, lecz także psychiczną. Kwarantannie jest przypisana metaforyczna interpretacja izolacji uwięzionego niedźwiadka żyjącego w nienaturalnych „zabetonowanych” warunkach, na które skazał go człowiek.

2. Domena docelowa: Wizualizacja kwarantanny z dopowiedzeniem werbalnym

3. Mapowanie cech z domeny źródłowej do domeny docelowej (wykorzystanie metafor pierwotnych): Sytuacja niewoli zwierzęcia jest metonimią

warunków kwarantanny w okresie pandemii. Wielkość obiektu nie przekłada się na poczucie siły — taką interpretację podpowiada metafora pierwotna: *wielkość to siła, moc*. Rozmiar należy raczej interpretować jako ekspozycję i hiperbolizację problemu.



Przykład nr 4

Źródło: *Dziennik Polski*, dostęp 25.05.2021, <https://dziennikpolski24.pl/koronawirus-i-kwarantanna-otnowe-najbardziej-zabawne-memy/ga/c1-14900619/zd/42813751>

1. Domena źródłowa: Domena jest zaprezentowana w trybie wizualno-werbalnym z wykorzystaniem kadru z komedii *Młody Frankenstein* w reżyserii Mela Brooksa z 1974 r., parodiującej horrory i pełnej absurdałnego humoru. Osobowym obiektem źródłowym jest postać Igora — garbatego bohatera, w którego wcielił się Marty Ferdman.

2. Domena docelowa: Wizualizacja kwarantanny z podpowiedzią werbalną (tryb wizualno-werbalny)

3. Mapowanie cech z domeny źródłowej do domeny docelowej (wykorzystanie metafor pierwotnych): Koncepcja przekazu zakłada wykorzystanie pierwotnej metafory złego — *zło jest ciemne*, która identyfikuje zło jako coś mrocznego, z zachowaniem ciemnych (czarnych) barw. Szpetność wyglądu twarzy i zarys garbu potęguje metaforę. Dopowiedzenie w warstwie słownej kieruje interpretację w stronę budowania stanu niepewności i zagrożenia,

a zwłaszcza w kontekście podjęcia decyzji o wyłączeniu Internetu, czyniącej kwarantannę jeszcze bardziej trudną do zniesienia.

Przykłady następne (memy nr 5, 6 i 7) odnoszą się do grupy memów wymyślonych na opisanie aktywności kontrolnych prowadzonych przez służby mundurowe i medyczne.



Przykład nr 5

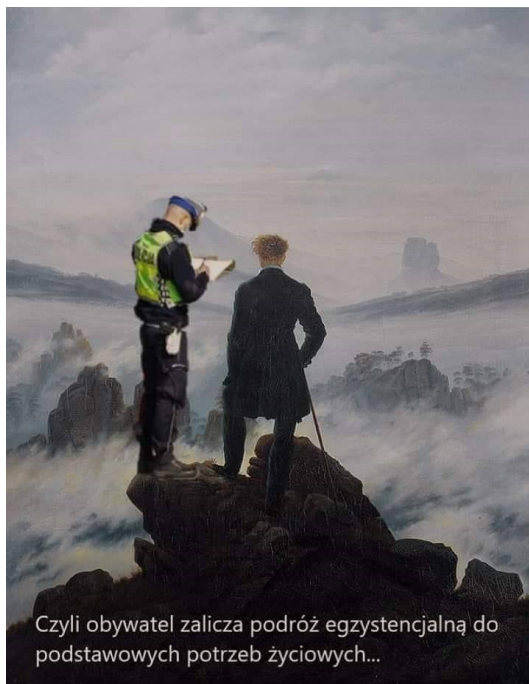
Źródło: *Dziennik Polski*, dostęp 25.05.2021, <https://dziennikpolski24.pl/memy-o-kwarantannie-zobacz-najlepsze-memy-o-epidemii-koronawirusa/ga/c15-14929164/zd/43009278>

1. Domena źródłowa: Domena jest prezentowana w trybie wizualnym. Osobowe obiekty źródłowe — superbohaterowie hollywoodzkich produkcji są ucieleśnieniem mocy i siły. Metafora działań policji i ratowników medycznych jest oparta na wymiarach przestrzennych i ekspozycji siły wzmocnionej wyrazistymi barwami.

2. Domena docelowa: Wizualizacja skutecznych działań służb mundurowych i medycznych z podpowiedzią werbalną (tryb wizualno-werbalny)

3. Mapowanie cech z domeny źródłowej na domenę docelową (wykorzystanie metafor pierwotnych): wykorzystany katalog postaci superbohaterów jest wkomponowany zwielokrotnianą metaforę pierwotną *wieki rozmiar to siła i moc*. Nawet wielopostaciowa potęga superbohaterów nie chce zadziierać z policją i służbami medycznymi. Zdyscyplinowani bohaterowie karnie stoją w szeregu. Wykorzystanie fizycznego rozmiaru i ekspozycji za pomocą barwnego kontrastu policjanta i ratownika potwierdza prawo policjantów

i ratowników medycznych do kontroli innych, a także do wyższego statusu społecznego. Metafora zawiera więc korelację między wysoką pozycją a poczuciem siły i kontroli nad ludźmi, przedmiotami lub sytuacjami.



Przykład nr 6

Źródło: *Dziennik Polski*, dostęp 25.05.2021, <https://dziennikpolski24.pl/memy-o-kwarantannie-zobacz-najlepsze-memy-o-epidemii-koronawirusa/ga/c15-14929164/zd/43009448>

1. Domena źródłowa: Osobowe obiekty źródłowe są reprezentowane przez współczesnego policjanta oraz „niewspółczesnego” poetę z epoki romantyzmu. Otoczenie kontekstowe narzuca skojarzenie z literackim motywem monologu Kordiana na szczycie Mont Blanc z dramatu *Kordian* Juliusza Słowackiego (tryb wizualny).

2. Domena docelowa: Totalna kontrola służb mundurowych w miejscach odosobnionych, tajemniczych, trudnych do zdobycia i zanegowanie potrzeby samotnych podróży (tryb wizualny z podpowiedzą werbalną)

3. Mapowanie cech z domeny źródłowej do domeny docelowej (wykorzystanie metafor pierwotnych): W wizualizacji odczytujemy dwie powiązane ze sobą metafory pierwotne: *wielki jest potężny* oraz *siła i moc wznosi postać*

ku górze. Pokazanie większego rozmiaru (policjant góruje nad poetą) prowadzi do uznania jego siły i prawa do kontroli. Metafora zawiera korelację między wysoką pozycją a poczuciem siły i kontroli nad przedmiotami, ludźmi lub sytuacjami. Szczegół ręcznego wypisywania mandatu wywołuje jeszcze jedną metaforę wizualną, którą można połączyć z metaforą pierwotną *posiadania czegoś w ręku*, czyli wzmocnienie znaczenia kontroli nad czymś. Podróż egzystencjalna posłużyła do zbudowania znaczenia metaforycznego stanu psychicznego osób w sytuacji kwarantanny. Aktywności kontrolne dyktowane przestrzeganiem reżimu sanitarnego uniemożliwiają ludziom poszukiwania wewnętrznej doskonałości i duchowego rozwoju. Podróż egzystencjalna jest metonimią pragnienia zmian, targającego niepokoju i tęsknoty.



Przykład nr 7

Źródło: *Dziennik Polski*, dostęp 25.05.2021, <https://dziennikpolski24.pl/koronawirus-i-kwarantanna-otnowe-najbardziej-zabawne-memy/ga/c1-14900619/zd/42813713>

1. Domena źródłowa: Obiektem źródłowym jest reprodukcja obrazu Giacomo Rafaelli, która jest kopią *Ostatniej Wieczerzy* Leonarda da Vinci, zlecona malarzowi przez Napoleona na początku XIX wieku. Wizualizacja jest wzbogacona dołączeniem współczesnych policjantów, kontrolujących zgromadzenie religijne (tryb wizualny)

2. Domena docelowa: Praktyki kontrolne wszelkich zgromadzeń (tryb wizualny)

3. Mapowanie cech z domeny źródłowej do domeny docelowej (wykorzystanie metafor pierwotnych): Wizualizacja pozwala na odszukanie mechanizmu fuzji metaforycznej polegającej na połączeniu oczywistego i oczekiwanego elementu z nieoczekiwanym burzącym proste, logiczne skojarzenie (policjanci na Wieczerzy). Podobnie jak w poprzednim memie pojawia się szczegół ręcznego wypisywania mandatu, który może wywołać dodatkową metaforę pierwotną *posiadania czegoś w ręku*, czyli pełnej kontroli nad czymś, łącznie z przełamaniem logiki czasowej wydarzeń.

Ostatnią grupę materiałów do analizy reprezentują memy ilustrujące aktywności życia codziennego w okresie pandemii (przykłady nr 8, 9 i 10).



Przykład nr 8

Źródło: *Dziennik Polski*, dostęp 25.05.2021, <https://dziennikpolski24.pl/memy-o-kwarantannie-zobacz-najlepsze-memy-o-epidemii-koronawirusa/ga/c15-14929164/zd/43009352>

1. Domena źródłowa: Koncepcja domeny oparta jest na wykorzystaniu kadru z amerykańskiego filmu z 2019 r. w reżyserii Quentina Tarantino *Pewnego razu... w Hollywood* (tryb wizualny)

2. Domena docelowa: Tęsknota za aktywnym atrakcyjnym życiem sprzed kwarantanny (tryb wizualny z wypowiedzią werbalną)

3. Mapowanie cech z domeny źródłowej na domenę docelową (wykorzystanie metafor pierwotnych): Obiekt źródłowy poszerza domenę docelową

o atrakcyjny zewnętrzny świat zapraszający do luksusowego spędzania czasu i zabawy. W wizualizacji atrakcyjne aktywności są metaforycznie personifikowane przez gwiazdką parę aktorów: Brada Pitta i Leonardo DiCaprio. Kompozycja tekstu i obrazu pozwala także na odszukanie mechanizmu fuzji metaforycznej, polegającej na połączeniu oczywistego i oczekiwanego elementu (udział w atrakcyjnych aktywnościach) z nieoczekiwanym burzącym proste, logiczne skojarzenie (pozostanie w domu).



Przykład nr 9

Źródło: *Dziennik Polski*, dostęp 25.05.2021, <https://dziennikpolski24.pl/memy-o-kwarantannie-zobacz-najlepsze-memy-o-epidemii-koronawirusa/ga/c15-14929164/zd/43009300>

1. Domena źródłowa: Osobowe obiekty źródłowe konceptualizują pracę zdalną w okresie pandemii (tryb wizualny z podpowiedzią werbalną).

2. Domena docelowa: Praca zdalna w okresie pandemii (tryb wizualno-werbalny)

3. Mapowanie cech z domeny źródłowej do domeny docelowej (wykorzystanie metafor pierwotnych): W kompozycji mema cechy domeny źródłowej poszerzają domenę docelową o nowe konteksty pracy w pandemii w linearnym następstwie czasowym. Odnajdujemy tu zabieg metaforyczny

personalizacji pracy w domu. Znaczenie pierwszego dnia pracy zdalnej jest zbudowane na postaci pracownika o nienagannym wyglądzie biznesowym, drugi dzień jest łączony z wyglądem bardziej swobodnym wraz z atrybutami eleganckich elitarnych używek. Kolejny dzień jest wizualizowany zaniedbanym wyglądem i popularnymi odżywkami, by na koniec pracownik zagubił swój tożsamość i pomieszał pełnione przez siebie role.



Przykład nr 10

Źródło: *Dziennik Polski*, dostęp 25.05.2021, <https://dziennikpolski24.pl/memy-o-kwarantannie-zobacz-najlepsze-memy-o-epidemii-koronawirusa/ga/c15-14929164/zd/43009450>

1. Domena źródłowa: Osobowe obiekty źródłowe — wioślarze z poprzedniej epoki konceptualizacją sytuację kontroli policji niedozwolonych aktywności (tryb wizualno-werbalny)

2. Domena docelowa: Wizualizacja praktyk życia codziennego (tryb wizualny z wypowiedzią werbalną)

3. Mapowanie cech z domeny źródłowej na domenę docelową: Analizowany mem jest udaną formą połączenia reprodukcji dzieła sztuki — obrazu Gustave’a Caillebotte’a zatytułowanego *Wioślarze* — z tekstem, z absurdalnością pandemicznych wydarzeń, charakteryzowanych zapisami rozmowy z użyciem kolokwialnych zwrotów. Metaforyczne znaczenie jest zbudowane na fuzji elementów wizualnych i werbalnych, polegającej na zastąpieniu oczywistego i oczekiwanego elementu (płynący do jakiegoś celu „niewspółczesni”

wioślarze) z nieoczekiwanym burzącym proste, logiczne skojarzenie (sytuacja kontroli policyjnej i szukanie pretekstu ratującego przed mandatem).

WNIOSKI KOŃCOWE

Kompozycyjna zawartość memów i opisane przykłady metafor wizualnych, inspirowanych tematami i wydarzeniami z okresu pandemii, pozwalają na wskazanie pewnych prawidłowości o charakterze podsumowującym:

- Konfiguracje domen źródłowych i docelowych są prezentowane w trybach mieszanych — zarówno wizualnych, jak i werbalnych. Domeny źródłowe częściej są monomodalne z zachowaniem trybu wizualnego, natomiast domeny docelowe są multimodalne, w których tryby wizualny i werbalny wzajemnie się uzupełniają oraz wzmacniają znaczeniowo.
- Memy o tematyce pandemii COVID-19 można zaliczyć do konceptów poszerzających zakresy domen źródłowych o teksty kultury w postaci kadrów filmowych czy malarskich.
- W omówionych przykładach znaczeń metaforycznych odszukano elementy uruchamiające metafory pierwotne, najczęściej wyrażające się w następujących korelacjach: (1) między wielkością rozmiaru fizycznego obiektu a jego wartością; między pokazywaniem dużych rozmiarów i siłą; (2) między światłem (bezpieczeństwem, dobrem) i ciemnością (niebezpieczeństwem, złem); (3) między wysoką pozycją a poczuciem siły i kontroli; (4) między zamknięciem przestrzennym i poczuciem izolacji psychicznej; (5) między posiadaniem czegoś w ręku i kontrolą nad tym.

Zaprezentowane ustalenia mogą być przyczynkiem do dalszych badań nad metaforami wizualnymi w memach traktowanych jako współczesny fenomen komunikacyjny i medium ekspresywnej aktywności użytkowników w nowych mediach. Z pewnością znaczenia kodowane w użytych metaforach wizualnych są bogatym poznawczo przejawem kreatywnych i dostosowawczych form twórczości w kulturze sieciowej w czasie globalnej pandemii.

BIBLIOGRAFIA

- CARROLL, Noel. „Visual metaphor”. W: *Aspects of Metaphor*, red. Jaakko Hintikka, 189–223. Dordrecht: Kluwer, 1994.
- CARROLL, Noel. „A note on film metaphor”. W: *Theorizing the Movie Image*, red. Noel Carroll, 212–223. Cambridge: Cambridge University Press, 1996.
- DROZDOWSKI, Rafał, i in. *Życie codzienne w czasach pandemii. Raport z pierwszego etapu badań*. Poznań: Wydział Socjologii UAM, 2020.
- EERDEN, Bart. „Anger in Asterix: The metaphorical representation of anger in comics and animate films”, w *Multimodal metaphor*, red. Charles Forceville, Eduardo Urios-Aparisi, 243–264. Berlin/New York: Mouton de Gruyter, 2009.
- FIUT, Ignacy S. „Filozoficzne konsekwencje memetyki”. *Racjonalista*, dostęp 25.04.2020, <http://www.racjonalista.pl/kk.php/t,4712>.
- FORCEVILLE, Charles. „Metaphors in pictures and multimodal representations”. W: *The Cambridge Handbook of Metaphor and Thought*, red. Raymond W. Jr. Gibbs, 462–482. Cambridge: Cambridge University Press, 2008.
- GRADY, Joseph. „A typology of motivation for conceptual metaphor: correlation vs. resemblance”. W: *Metaphor in Cognitive Linguistics*, red. Raymond W. Gibbs, Gerard Steen, 79–100. John Benjamins Publishing Company, 1999.
- GRADY, Joseph. „Primary metaphors as input to conceptual integration”. *Journal of Pragmatics*, nr 37 (2005): 1595–1614.
- HULL, David. „Taking Memetics Seriously. Memetics Will Be What We Make It”. W: *Darwinizing Culture: The Status of Memetics as a Science*, red. Robert Aunger, 43–168. Oxford: University Press, 2000). DOI:10.1093/acprof:oso/9780192632449.001.0001.
- JEZIEWSKA, Zuzanna. „Poznawcze i emocjonalne charakterystyki memów tworzonych w początkowym etapie pandemii koronawirusa w roku 2020”. *Fabrica Societatis*, nr 3 (2020): 190–200, dostęp 24.05.2021, www.fabricasocietatis.uni.wroc.pl. DOI: 10.34616/129172.
- KENNEDY, John M. „Metaphor in pictures”. *Perception*, nr 11(5) (1982): 589–605.
- KENNEDY, John M., Christopher D. Green i John Vervaeke. „Metaphoric Thought and Devices in Pictures”. *Metaphor and Symbolic Activity*, nr 8(3) (1993): 243–255.
- KOLLER, Veronica. „Brand images: Multimodal metaphor in corporate branding messages”. W: *Multimodal metaphor*, red. Charles Forceville i Eduardo Urios-Aparisi, 45–71. Berlin/New York: Mouton de Gruyter, 2009.
- KONSTANTINEAS, Charalambos, i Georg VLACHOS. „Internet Memes: Humour in Late Modernity and Encroachment upon the Mainstream”, *INTER-DISCIPLINARY.NET. A Global Network for Dynamic Research and Publishing*, dostęp 20.04.2021, <http://www.inter-disciplinary.net/critical-issues/wpcontent/uploads/2012/06/vlachosvispaper.pdf>.
- KRAPIEC, Mieczysław A. „Analogia”. W: *Wprowadzenie do filozofii*. Lublin: Redakcja Wydawnictw KUL, 1992.
- LIBURA, Agnieszka. *Wyobrażenia w języku. Leksykalne korelaty schematów wyobrażeniowych*. Wrocław: Centrum — Peryferie — Siły, 2000.
- NOWAK, Jakub. „Memy internetowe. teksty (cyfrowej) kultury językiem krytyki społecznej”. W: *Współczesne media. Język mediów*, red. Iwona Hofman i Danuta Kępa-Figura, 227–238. Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, 2013.

- PHILLIPS, Barbara J. „Understanding visual metaphor in advertising”. W: *Presuasive Imagery: A Consumer Response Perspective*, red. Linda M. Scott, Rajeev Batra, 297–310 Mahwah, NJ/London: Lawrence Erlbaum, 2003.
- SHIFMAN, Limor. „Memes in a Digital World. Reconciling with a Conceptual Troublemaker”, *Journal of Computer-Mediated Communication*, nr 18 (2013): 362–377.
- SHINOHARA, Kazuko, i Yoshihiro MATSUNAKA. „Pictorial metaphors of emotion in Japanese comics”, w *Multimodal metaphor*, red. Charles Forceville, Eduardo Urios-Aparisi, 265–296, Berlin/ New York: Mouton de Gruyter, 2009.
- WALKIEWICZ, Adam. „Czym są memy internetowe? Rozważania z perspektywy memetycznej”, *Teksty z Ulicy. Zeszyt Memetyczny* nr 12(2012): 50–69.
- WHITTOCK, Trevor. *Metaphor and film*. Cambridge, New York: Cambridge University Press, 1990.
- WIGGIN, Amy A., i Christine M. MILLER. „Uncle Sam Wants You! Exploring Verbal-Visual Juxtapositions in Television Advertising”, w *Presuasive Imagery. A Consumer Response Perspective*, red. Linda M. Scott and Rajeev Batra, 267–295. Mahwah, NJ/London: Lawrence Erlbaum, 2003.
- VELASCO, Marisol, i Pedro FUERTES. „Towards a critical cognitive-pragmatic approach to gender metaphors in Advertising English”, *Journal of Pragmatics*, nr 38(11) (2006): 1982–2002.
- VELASCO, Marisol, i Pedro FUERTES. „Olfactory and olfactory-mixed metaphors in print ads of perfumes”, *Annual Review of Cognitive Linguistics*, nr 4 (2006): 217–252
- VENTOLA, Eija, Charles Cassiliy, i Martin Kaltenbacher. *Perspectives on Multimodality*. Amsterdam: Benjamins, 2004.

METAFORY WIZUALNE PANDEMII COVID-19 W MEMACH INTERNETOWYCH

Streszczenie

Zasadniczym celem artykułu jest charakterystyka metafor wizualnych o pandemii COVID-19 w memach internetowych. Struktura artykułu jest następująca: w pierwszej części omawiam zagadnienia teoretyczne dotyczące memów i metafor wizualnych, które są istotne dla dalszych analiz własnych; druga część jest poświęcona metodologii i analizom szczegółowym wybranych przykładów memowych metafor wizualnych pandemii. Poruszone zostały cztery zagadnienia: jakie są dwa terminy metafory — domena źródłowa i docelowa; który termin jest domeną docelową metafory, a który domeną źródłową; jakie cechy domeny źródłowej są mapowane do domeny docelowej; jakie elementy metafor pierwotnych (*primary metaphor*) można odszukać w wizualizacjach. Ostatnia część zawiera kilka uwag końcowych o charakterze podsumowującym.

Słowa kluczowe: memy; pandemia COVID-19; metafory wizualne; metafory monomodalne; metafory multimodalne.

VISUAL METAPHORS OF THE COVID-19 PANDEMIC IN INTERNET MEMES

Summary

The main goal of the article is to description of visual metaphors about the pandemic COVID-19 in Internet memes. The structure of the paper is a follows: in the first section, I consider the two basic theoretic components of this paper, i.e memes and visual metaphors which are relevant for

further own analysis, then in the second section I present the methodology and detailed analyzes of ten selected examples of visual metaphors of a pandemic. Four issues are addressed: What are the two terms of the metaphor — source and target domain; Which term is the target domain of the metaphor, which is the source domain; What characters of the source domain are mapped to the target domain; What elements of primary metaphors can be found in the visualizations. The last part contains some concluding remarks.

Keywords: memes; COVID-19 pandemic; visual metaphors; monomodal metaphors; multimodal metaphors.