

Magdalena Hodalska

KORONAHUMOR JAKO FORMA KOMUNIKACJI I „TARCZA ANTYDEPRESYJNA”

POLSKIE INTERNETOWE ŻARTY WIRUSOWE

Na każdym kroku nowe dane, rosnące liczby zmarłych i zakażonych, ograniczenia, nakazy. Dodatkowo nie możemy wychodzić z domu, zobaczyć się z bliskimi. To może budzić w nas niepokój, a mamy są taką odskocznią, dają nam możliwość spojrzenia na sytuację z drugiej strony, pocieszają i rozbawiają – te zdania, podobne do wielu innych zdań młodych ludzi, z którymi rozmawiałam przez internet w pierwszym miesiącu narodowej kwarantanny, były inspiracją badań przedstawionych w tym opracowaniu. Jego celem jest pokazanie fragmentów polskiej rzeczywistości w czasach zarazy z perspektywy humorystycznych obrazków i dowcipów dotyczących zachowania ludzi podczas pandemii koronawirusa w 2020 roku.

Podtytuł artykułu celowo jest dwuznaczny. Przypomina metafory chętnie używane przez badaczy mediów i komunikowania, którzy zajmowali się wirusowym marketingiem, pisali o viralach, wirusowych filmikach i memach (Kamińska 2011), uczyli, „Jak zarażać ideami i tworzyć wirusowe treści” (Bucki 2019). Jakże dziwnie to brzmi dzisiaj, kiedy kilka milionów ludzi na świecie pozostaje w domowej izolacji z obawy przed zakażeniem prawdziwym, a nie metaforycznym, wirusem – mikroblem zwanym SARS-CoV-2, wywołującym m.in. ostre zapalenie płuc. Na chorobę COVID-19 (*Corona Virus Disease*), która pojawiła się w 2019 roku, nie ma jeszcze lekarstwa ani szczepionki.

Media w kilkudziesięciu krajach codziennie podają informacje o rosnącej liczbie zakażonych i zmarłych. Kiedy piszę te słowa, pandemia koronawirusa, ogłoszona przez WHO 13 marca 2020 roku, trwa już 46. dzień. Każdej doby wirus zbiera śmiertelne żniwo, a liczba zakażonych przekroczyła już 3 miliony. W samych Stanach Zjednoczonych stwierdzono ponad milion zakażeń – najwięcej na całym świecie. W Europie Hiszpania (229 tys.) wyprzedziła Włochy (199 tys.) pod względem liczby potwierdzonych przypadków. Pośród państw z liczbą zakażonych powyżej 100 tys. znalazły się m.in.: Francja (169 tys.) i Niemcy (158 tys.), Wielka Brytania (157 tys.). W Chinach, gdzie w 2019 roku rozpoczęła się pandemia, według oficjalnych danych zmarło 83 tysiące chorych. COVID-19 objawia się gorączką, kaszlem, dusznościami, bólami mięśni i zmęczeniem. W Polsce, od 4 marca do 28 kwietnia 2020 roku, odnotowano 12 089 przypadków koronawirusa, najwięcej na Mazowszu. W kraju zmarło 570 osób, 2 655 pokonało chorobę (*Newsweek*). We wtorek, 28 kwietnia 2020 roku, Ministerstwo Zdrowia poinformowało, że z powodu koronawirusa hospitalizowanych jest 2 934 pacjentów, zaś objętych kwarantanną 82 643 osób. Statystyki podawane są każdego dnia, a liczby wciąż rosną (*Radio Zet*).

Pierwsze przypadki zachorowań na nową chorobę zakaźną pojawiły się w listopadzie 2019 roku w Chinach, w prowincji Wuhan, która w grudniu 2019 roku objęta została kordonem sanitarnym. 31 grudnia 2019 roku chińskie władze powiadomiły Światową Organizację Zdrowia o gwałtownym rozprzestrzenianiu się nowego koronawirusa, który w styczniu 2020 dotknął już mieszkańców innych prowincji w Chinach i w Korei Południowej. Pod koniec stycznia ogniska zachorowań odnotowano w Iranie i we Włoszech. 13 marca 2020 roku WHO podało, że epicentrum pandemii koronawirusa stała się cała Europa. Bardzo szybko koronawirus dotarł do wszystkich kontynentów z wyjątkiem Antarktydy. Na skalę międzynarodową zostały podjęte działania w celu zatrzymania jego rozprzestrzeniania się – uziemione zostały samoloty, ograniczono podróże, w wielu krajach zostały wprowadzone narodowe kwarantanny i godziny policyjne, odwołano wszystkie masowe wydarzenia, zakazano zgromadzeń.

Mieszkańcy globalnej wioski pozostają w swoich domach. Często mają z przyjaciółmi i bliskimi kontakt tylko przez internet, pracują i uczą się zdalnie, ponieważ przebywają w społecznej izolacji, zgodnie z rekomendacjami,

wyrażanymi w internetowym języku hashtagami: #zostanwdomu, #stay-home, #stareacasa etc. Granice państw są zamknięte, połączenia lotnicze zawieszono. W wielu krajach, tak jak w Polsce, obowiązuje stan epidemii oznaczający m.in. zakaz zgromadzeń, ograniczenia w przemieszczaniu się czy obowiązek noszenia maseczek ochronnych. Globalna wioska znalazła się w globalnej kwarantannie, która „zatrzymała świat”. *Życie, jakie znaliśmy dotychczas, zamarło, a my po omacku próbujemy tworzyć pozornie normalną codzienność* – mówią respondenci¹ w wywiadach, które były inspiracją do podjęcia badań nad medialnymi przejawami humoru w czasach zarazy.

Rysunek 1



W opracowaniu przedstawiam wyniki analizy treści żartów przekazywanych przez internet, których zgromadzenie umożliwiły metody znane od wieków etnografom i badaczom folkloru, a teraz e-folkloru (Burszta, Pomieciński 2012; Hajduk-Nijakowska 2012). Młodych internautów, studentów dziennikarstwa dwóch krakowskich uczelni, prosiłam, aby regularnie relacjonowali mi zasłyszane lub znalezione w polskiej przestrzeni medialnej dowcipy, najśmieszniejsze, ich zdaniem, żarty i krótkie formy humorystyczne, które, jak sami studenci przyznawali, i dla nich były odskocznią i chwilą odprężenia. Odkąd na uczelniach zawieszono regularne zajęcia, a następnie szybko podjęto decyzję, aby odbywały się w trybie zdalnym, rozpoczęłam ze studentami wielogodzinne rozmowy *online*. Wywiady internetowe, w których brało udział 81 studentów dziennikarstwa (69 studentów

1 Wypowiedzi respondentów zapisane są kursywą, oddzielone od siebie średnikami.

Uniwersytetu Papieskiego Jana Pawła II i 12 studentów Uniwersytetu Jagiellońskiego), przeprowadzane były od 20 marca do 20 kwietnia 2020 roku. Pozwoliły zrozumieć, jak ważne w czasach traumatycznego kryzysu są dla młodych ludzi, przebywających w izolacji, krótkie humorystyczne formy. Zebrałam 470 żartów i poddałam analizie treści, aby sklasyfikować i omówić najważniejsze kategorie dowcipów, które można ogólnie określić mianem koronahumoru. Zawarta w tytule artykułu nazwa tego nowego gatunku komizmu czasów zarazy utrzymana jest w duchu jednego z memów (rys. 1).

Obrazek ten jest przykładem dowcipu, którego zrozumienie wymaga znajomości polskiego kontekstu. To żart, który rozzmieszyć może kogoś znającego nazwę polskiego klubu sportowego i tytuł serialu produkcji TVP, ale nie jest to żart uniwersalny, zrozumiały dla ludzi mówiących różnymi językami, jak większość żartów reprezentujących analizowaną kategorię humoru. Podobnie znajomość polskiej kultury pozwoli odczytać komizm dowcipu *Kazimierz Przerwa-Tetmajer*, tłumaczącego zasady bezpiecznego zachowania dystansu (rys. 2). Internauci się śmieją. Czasem ten śmiech zagłusza strach, złość, frustrację i smutek. Podobny śmiech rozbrzmiewa dziś w wielu zakątkach globalnej wioski, a trudne doświadczenie może zbliżyć do siebie ludzi – tę nadzieję wyrażają również moi respondenci.

Rysunek 2



ŚMIECH PRZEZ ŁZY – HUMOR W CZASACH ZARAŻY

Prowadzone przez internet (w warunkach społecznej izolacji i w duchu zdalnej edukacji permanentnej) wielogodzinne rozmowy ze studentami były dla mnie inspiracją, pozwalającą przez pryzmat traumatycznej sytuacji spojrzeć na internetowe dowcipy oczami młodych ludzi. Cytowane w tym artykule zdania studentów – respondentów, tak bardzo do siebie podobne, wyrażają obawy i nadzieje, tłumione emocje wielu ludzi zamkniętych w swoich domach, w globalnej wiosce dotkniętej pandemią. Studenci mówią o sobie i o nas:

Śmiechem bronimy się przed trudnymi przeżyciami albo odreagowujemy stres, albo reagujemy na absurdy, jakie memy odslaniają;

Ludzie zamknięci są w swoich domach i mieszkaniach jak zwierzęta w zoo. Przenoszą się w świat wirtualny, w świat, w którym nie ma ograniczeń;

Mimo ciężkiej sytuacji na całym świecie, nie tracimy humoru i nie wpędzamy się wzajemnie w globalną depresję.

Czarny humor w czasach zarazy studenci nazywali *tarczą antydepresyjną*, nawiązując do przygotowywanej przez rząd „tarczy antykryzysowej”. O tworzeniu i rozpowszechnianiu internetowych dowcipów na temat pandemii, mówili:

To taka reakcja obronna, walka z tym, co się dzieje przez jakieś działania, które powodują poprawę nastroju i wytłumaczenie sobie pewnych zjawisk w sposób humorystyczny, by bronić się przed tym, na co nie mamy wpływu;

Czarny humor pozwala okiełznać rzeczywistość na tyle, na ile to możliwe i poradzić sobie z nią psychicznie i emocjonalnie. Tempo rozprzestrzeniania się wirusa, nowe obostrzenia – to wszystko wyrzuciło do góry nogami

życie wielu osób. Jednym ze sposobów radzenia sobie z tą sytuacją jest śmiech, śmiech przez łzy².

WSPÓLNOTA ŚMIECHU – SPOŁECZNY WYMIAR HUMORU

Holenderska badaczka humoru, socjolog Giselinde Kuipers (2006, s. 4) w swojej książce pt. *Good Humor, Bad taste: A Sociology of the Joke* przypomina, że od niepamiętnych czasów humor był obiektem refleksji myślicieli, którzy zgadzali się w jednym: humor jest bardzo przyjemnym doświadczeniem, któremu często towarzyszy śmiech. „Voltaire powiedział, że niebo, aby zrównoważyć liczne udręki naszego życia, dało nam dwie rzeczy: nadzieję i sen. Powinien być zaliczyć do tego jeszcze śmiech”, zauważył Immanuel Kant (2004, s. 274). Arystoteles twierdził, że humor wyróżnia człowieka spośród innych zwierząt dwunożnych (Rusek 2012, s. 118). Humor od wieków był przedmiotem dociekań filozofów (Dziemidok 2011; Wieczorek 2000), psychologów (Tomczuk-Wasilewska 2009; Skibicka-Piechna, Wolińska 2016), literatów, lingwistów (Brzozowska 2012) i pozostawał w polu zainteresowania badaczy kultury (Hajduk-Nijakowska 2010; 2012; Kamińska 2011) i mediów (Ochwat 2015; Bucki 2019), którzy ostatnio często po materiał badawczy sięgali do internetu.

Humor to nie tylko rozrywka, przypomina Giselinde Kuipers (2006, s. 4), humor może zbliżyć ludzi do siebie, zawstydzić, wyśmiać, spowodować refleksję, złagodzić napięcie. „Humor może spełniać wiele funkcji, ale pierwszą jest zawsze wywołanie wesołości, rozrywki i śmiechu”. Humor jest zjawiskiem społecznym, jest „formą komunikacji osadzoną w relacjach społecznych” (Kuipers 2006, s. 7). Teraz, w czasach zarazy i spowodowanej nią społecznej izolacji wymiar społeczny humoru ma wyjątkowe znaczenie.

2 Bardzo dziękuję studentom UPJPII i UJ za ich refleksje, którymi zechcieli się ze mną podzielić, i twórczy wkład w społeczną i kulturową analizę polskiej rzeczywistości w czasie zarazy, w czasie, który „wypadł z ram”, jak powiedziałby o tym Mircea Eliade.

Socjolog Rose Coser (1959, s. 172) pisała: „Śmiech lub okazja do śmiechu stworzona przez humor i dowcip oznacza «zaproszenie na spotkanie». Śmiech sygnalizuje przyjęcie tego zaproszenia” (Kuipers 2006, s. 8). Studenci, zamknięci w domach, zaproszenie to przyjmują, a mówią o tym tak:

Próbujemy jakoś sobie radzić z własnym niepokojem i kumulującymi się emocjami. Dlatego ludzie na świecie tworzą tysiące memów, krótkich video;

Nie można udawać, że nic się nie dzieje, że wszystko jest okej, a dany problem nas nie dotyczy. Bo niestety dotyczy każdego. Jednak, moim zdaniem, każdy normalny człowiek zamknięty w czterech ścianach, słuchający tylko takich informacji, może zacząć wariować. Sama izolacja od świata zewnętrznego, od przyjaciół czy bliskich wpływa negatywnie;

Spontaniczny śmiech pozwala odreagować stres i frustrację, która w ostatnim czasie jest bardzo duża;

Pomimo tego, że jest nam obecnie trudno, memy są dobrym sposobem na rozładowanie stresu i choć chwilową poprawę humoru.

Na naszych oczach powstaje internetowa „wspólnota śmiechu” (Żygulski 1976, s. 15). Zdania respondentów i ich doświadczenia związane z pozytywnym odbiorem treści humorystycznych (choć dotyczących sytuacji kryzysowej i traumatycznej) potwierdzają teorie psychologów, którzy rozpatrywali style humoru i definiowali jego funkcje.

ŚMIECH UZDRAWIAJĄCY – PSYCHOLOGICZNY WYMIAR HUMORU

W pracy pt. *Sense of humor* psycholog Rod Martin (2003, s. 313–326) przedstawił cztery różne style humoru: afiliatywny, wzmacniający „Ja”, agresywny i ponizający „Ja”.

Styl koronahumoru wpisuje się w dwie pierwsze kategorie. W żartach, które zgromadziłam, nie ma agresji ani poniżenia. Jeśli jest śmiech z siebie, to jest on pełen wyrozumiałości, śmiech *uzdrawiający* – tak go określili respondenci, którzy mówili często: *Śmiech zbliża ludzi do siebie*.

Tak właśnie realizuje się funkcja afiliacyjna, czyli integrująca, humoru, którego celem jest nawiązywanie i utrzymywanie relacji międzyludzkich. To humor konstruktywny, umacniający relacje jednostki z otoczeniem. Pomaga zmniejszyć napięcia i poprawia komunikację, sprzyja dobremu samopoczuciu, decyduje o spójności wspólnoty i pomaga stworzyć przyjazną atmosferę w grupie (Ochwat 2015, s. 35), łącząc i integrując wszystkich jej członków, którzy dzięki tej specyficznej formie komunikacji, jaką jest wymiana żartów, tworzą wspólnotę śmiechu, ujawniając kulturową więź (Skibicka-Piechna, Wolińska 2016, s. 191).

Autorka książki pt. *Psychologia humoru* zwraca uwagę, że humor afiliacyjny jest formą komunikacji i służy budowaniu więzi międzyludzkich, co dzieje się m.in. przez wspólne opowiadanie żartów, śmiesznych historii, anegdot, dobroduszne żartowanie z aktywności grupy i inne sposoby rozweselania się, służące rozwijaniu społecznej jedności, redukowaniu konfliktów i napięć. Tworzy on dobrą atmosferę i ułatwia porozumienie, a także motywuje do wspólnej pracy (Tomczuk-Wasilewska 2009, s. 46). Pisały o tym także Alicja Skibicka-Piechna i Monika Wolińska (2016), które analizowały wykorzystanie humoru w socjoterapii. Humor bowiem pełni funkcję terapeutyczną (obok funkcji integrującej, odprężająco-rozrywkowej, wychowawczej, poznawczej i katartycznej). Humor jest środkiem samoobrony, przypominają badaczki. Opowiadanie żartobliwych historii jest sposobem rozładowania niezadowolenia, gniewu, oburzenia i kompleksów; pozwala łatwiej znieść stres i negatywne przeżycia (Skibicka-Piechna, Wolińska 2016, s. 192).

Wątki te wielokrotnie powracały w wypowiedziach studentów, którzy dzielili się swoimi doświadczeniami: *internetowe memy są dawką dobrego humoru, który jest nam teraz bardzo potrzebny* (zwraca uwagę słowo dawka, przywodzące na myśl lekarstwo. Wielu respondentów powtarzało: *śmiech to zdrowie*). Dla młodych internautów memy są *odskocznią od rzeczywistości, która jest teraz za trudna*. Jedna ze studentek napisała:

Uważam, że wszelkie treści humorystyczne dotyczące pandemii są po prostu potrzebne. Nie zawsze jest to content wysokich lotów, ale w obliczu nowej sytuacji, jaką jest izolacja społeczna, kryzys i to, że ciężko jest nam tak nagle przestawić się na nowe zasady panujące w kraju, memy po prostu dają chwilę oddechu; codzienne słuchanie, czytanie o COVID-19 i sytuacji, która jest, jaka jest, zaczyna być zwyczajnie po ludzku dobijające.

Memy pomagają wyrwać się ze szponów lęku i po prostu przetrwać, jak wyrazili to obrazowo młodzi respondenci. *Ludzie szukają w sieci rozrywki i powodów do śmiechu; Skąd czerpać radość, jak nie z memów?*, pytają studenci. Wielu z nich zauważyło, że ich tablice na Facebooku nagle wyglądają bardzo podobnie: między udostępnionymi informacjami o kolejnych zakażonych i nowych zakazach czy decyzjach władz pojawiają się śmieszne obrazki, linki do żartobliwych filmików, które pozwalają wybuchnąć gwałtownym śmiechem lub na chwilę się uśmiechnąć (nawet jeśli smutno się uśmiechnąć, ale jednak).

Psycholog Avner Ziv (1984, s. 26–37) zwracał uwagę, że humor pełni m.in. funkcję obronną, pozwala radzić sobie z trudnymi sytuacjami pozostającymi poza kontrolą człowieka, np. śmiercią i chorobą. „Czarny humor” pozwala utrzymać równowagę emocjonalną oraz ochronić „Ja” przed destrukcją. Żarty z koronawirusa i pandemii jedna ze studentek określiła metaforycznie: *tarczą antydepresyjną*.

CZARNY HUMOR, CATHARSIS I DISASTER JOKES

Zdaniem Giseline Kuipers, pierwsza „pełna” teoria humoru została opracowana w 1905 roku przez Zygmunta Freuda w książce pt. *Dowcip i jego stosunek do nieświadomości* (1993). Twórca psychoanalizy omawiał społeczny wymiar humoru i relacje między opowiadającym dowcip a jego publicznością oraz zwracał uwagę na związek między humorem i społecznie konstruowanym tabu (Kuipers 2008, s. 367). Do tego wątku wracała Giseline Kuipers w swoich analizach *disaster jokes*, czyli dowcipów, które pojawiały się w przestrzeni publicznej po katastrofach i śmiertelnych wypadkach. W pracy pt. *The Sociology of Humor* Kuipers (2008, s. 371) pisze, że „czarny

humor” (*black humor*) lub „chory humor” (*sick humor*), na przykład w żartach o katastrofach czy zamachach terrorystycznych, często tłumaczy się jako sposób indywidualnego i zbiorowego radzenia sobie z nieprzyjemnymi doświadczeniami i drogę pozwalającą na zdystansowanie się od negatywnych emocji, takich jak strach, żal lub wstyd.

Patrick D. Morrow (1987) analizował żarty po katastrofie Challengera, podobnie jak znany antropolog i badacz folkloru Elliot Oring (1987). Z kolei Alan Dundes zajmował się stereotypami (1987) i żartami dotyczącymi Auschwitz (Dundes, Hauschild 1983). Thomas Scheff (1980) w książce *Catharsis in Healing, Ritual, and Drama* zwracał uwagę, że humor i śmiech przynoszą oczyszczenie. Socjolog Peter Berger (1997) pisał nie tylko o catharsis, ale nawet o „odkupieniu”, w swej pracy pt. *Redeeming Laughter: The Comic Dimension of Human Experience*.

Elliot Oring w 1987 roku sugerował, że żarty o katastrofie Challengera były odpowiedzią na dziennikarskie relacje z katastrofy, często przeplatane elementami rozrywkowymi i reklamami, które potem trafiły do dowcipów. Twierdził, że żarty te były „buntem” wymierzonym w „medialny dyskurs o katastrofie” (Oring 1987, s. 276). To była tylko zapowiedź tego, jak zmieni się humor, jego formy i przejawy w następnych dekadach.

Badacze zjawiska zwracają uwagę, że teraz coraz częściej mamy do czynienia z mediatyzacją humoru, ludzie przekazują sobie treści humorystyczne nie tylko w kontaktach bezpośrednich, ale bardzo często za pośrednictwem mediów, a to doprowadziło do pojawienia się nowych form humorystycznych (Kuipers 2008, s. 391). Jedną z nich są internetowe żarty z katastrof, które po raz pierwszy na wielką skalę pojawiły się w cyfrowej przestrzeni po atakach terrorystycznych 11 września 2001 roku.

INTERNETOWE ŻARTY Z KATASTROF

Chociaż cierpienie i tragedie są stare jak świat, żarty z katastrof i wypadków są prawdopodobnie dość nowym gatunkiem (Kuipers 2002, s. 452; Davies 1998, s. 142).

Disaster jokes należy rozumieć jako reakcję odbiorców medialnych przekazów na dziennikarskie relacje z tragicznych wydarzeń (Kuipers 2002, s. 450). Internetowe żarty z katastrof i śmiertelnych wypadków dotyczą tych zdarzeń, które są obszernie relacjonowane w mediach. O medialności epidemii pisałam w pracy pt. *Pandemie w kulturze strachu* (Hodalska 2014). Choroby zakaźne, niestety, są bardzo medialne: pełne dramatycznych historii, przerażających liczb i opisów, walki bohaterów, napięcia i sensacyjnych zwrotów akcji. To sprawia, że COVID-19, który zagraża obecnie mieszkańcom sześciu kontynentów, jest na pierwszych stronach gazet i na czołówkach serwisów na całym świecie. W ciągu miesiąca liczba publikacji dotyczących SARS-Cov-2 tylko w polskich mediach przekroczyła milion (Press-Service Monitoring Mediów 2020). Dziennikarskim doniesieniom towarzyszą posty internautów w mediach społecznościowych i dystrybuowane tymi kanałami treści dotyczące pandemii. Jako temat niezwykle medialny koronawirus stał się przedmiotem dowcipów, które można zakwalifikować do kategorii *disaster jokes*, a które najczęściej przyjmują postać memów internetowych. Potrzeba tego specyficznego gatunku żartów jest, zdaniem Kuipers (2002, s. 450), reakcją na ambiwalentne uczucia wywołane przez relacje medialne. Zwłaszcza, gdy są to relacje dotyczące traumatycznych i traumatyzujących wydarzeń – pozwolę sobie dodać i rozwinąć tym samym myśl holenderskiej badaczki.

Giselinde Kuipers (2002) analizowała serię dowcipów, jakie krążyły po atakach terrorystycznych na WTC. Różniły się one od wcześniejszych serii tego typu żartów formą i miejscem rozpowszechniania. Po 11 września 2001 roku żarty z katastrof i tragicznych wypadków przeniosły się do internetu, gdzie domorośli twórcy wykorzystywali frazy i zdjęcia zaczerpnięte z mediów, aby za pomocą wizualnych dowcipów w humorystyczny sposób wpisać katastrofę do „fikcyjnej domeny kultury popularnej” (Kuipers 2002, s. 451). Z niej chętnie do dziś czerpią autorzy internetowych memów. Traktowanie prawdziwych i bardzo traumatyzujących zdjęć (np. płonących wież na Manhattanie) jako obrazów należących do fikcji jest zaprzeczeniem rzeczywistości, mechanizmem obronnym pozwalającym radzić sobie z traumą.

Patrick D. Morrow (1987, s. 182) twierdził, że dowcipy dotyczące eksplozji promu kosmicznego Challenger w 1986 roku były częścią procesu podobnego do tego, jaki ma miejsce, kiedy ludzie muszą poradzić sobie

z chorobą czy stratą i przejść przez kolejne etapy żaloby: gniewu, akceptacji etc. Na wspólne przeżywanie trudnych emocji zwracał też uwagę Dundes (1987, s. 73), który uważał, że chore żarty (*sick jokes*) „stanowią rodzaj zbiorowego mechanizmu obrony, który pozwala ludziom poradzić sobie z najgorszymi katastrofami”.

O ile można żarty tego typu traktować jako sposób radzenia sobie z traumą, warto pamiętać, że dowcipy o wypadku Challengera opowiadali również ludzie, którzy nie mieli nic wspólnego z ofiarami katastrofy. Podobnie było po wypadku samochodowym, w którym zginęła Lady Diana. Dowcipy o jej śmierci powtarzali ludzie, których bezpośrednio ta śmierć nie dotknęła (Davies 1999). Czarny humor może być mechanizmem radzenia sobie ze stresem dla osób, które były blisko traumatycznych wydarzeń, ale dla osób oddalonych od śmierci czy niebezpieczeństwa – niekoniecznie, jak słusznie zauważa Giseline Kuipers (2002, s. 452). Żarty z epidemii i koronawirusa opowiadają ludzie, którzy pozostają co prawda w izolacji, ale oddaleni od niebezpieczeństwa niestety nie są.

Koronahumor jest czarnym humorem, ale tylko częściowo wpisuje się w kategorię *disaster jokes*. Owszem, jest reakcją na medialne doniesienia o epidemii. Najprawdopodobniej³ jest mechanizmem ułatwiającym radzenie sobie z emocjonalnym napięciem w problemach trudnej codzienności i izolacji społecznej. Tutaj mechanizm radzenia sobie z traumatycznym stresem za pomocą czarnego humoru może działać dokładnie tak, jak opisywali to Morrow (1987) i Dundes (1987), zwracający uwagę na etapy przeżywania straty. Żarty analizowane w tej pracy nie są żartami ze śmierci ani nie wyszydzą ofiar wirusa. Być może dlatego, że koronawirus zagraża każdemu, a pandemia nie jest gdzieś daleko i nie dotyczy tylko celebrytów, ale jest w naszym kraju, w naszym mieście i zdążyła już zmienić nasze życie.

3 Zdaniem moich respondentów psychologiczne badania na dużą skalę będą dopiero prowadzone.

MATERIAŁ BADAWCZY, DOBÓR PRÓBY, WYNIKI ANALIZY

Wywiady internetowe ze studentami dziennikarstwa dwóch krakowskich uczelni (UPJPII i UJ) prowadzone w pierwszym miesiącu kwarantanny (od 20 marca do 20 kwietnia 2020 roku) były podstawą selekcji próby badawczej, liczącej 470 żartów wskazanych przez studentów jako najśmieszniejsze. Próba była uzupełniana przez dowcipy przesyłane mi przez przyjaciół i bliskich. To poczucie humoru i gusta moich respondentów decydowały o doborze próby. W artykule prezentuję wyniki analizy treści żartów, która jest pierwszym etapem pogłębionych badań⁴. W centrum moich zainteresowań były formy humorystyczne obecne w polskiej przestrzeni medialnej⁵.

Bardzo często respondenci przesyłali mi dowcipy znalezione wcześniej w polskich portalach, takich jak oaza-memow.pl, demotywatory.pl, kwejk.pl, które Magdalena Mateja i Piotr Ciesielski (2015, s. 664) nazwali „magazynami memów”, albo na kontach internautów i ich znajomych w mediach społecznościowych (Facebook, Twitter, Instagram). Galerie memów publikowane były na stronach mediów informacyjnych. Przegląd obrazkowych żartów oferowały np.: „Głos Koszaliński” (GK1 i GK2)⁶, „Dziennik Zachodni” (DZ), „Gazeta Współczesna”, „Gazeta Krakowska”, o memach pisała też „Gazeta Wyborcza” (GW). To obserwacje moich respondentów i ich poczucie humoru prowadziły mnie przez obszar koronahumoru, którego przejawy omawiam w tej pracy, najskrupulatniej jak to możliwe odnotowując źródła dowcipów, które mają to do siebie, że trudno ustalić ich autora.

⁴ Analiza semiotyczna i analiza porównawcza zaplanowane są na później.

⁵ Choć oczywiście trzeba pamiętać, że pandemia spowodowała w wielu krajach tzw. *lockdown* i związane z nim utrudnienia, które były i są przedmiotem memów tworzonych na skalę globalną – żarty te z pewnością będą niezwykłym źródłem inspiracji dla medioznawców i kulturoznawców prowadzących analizy porównawcze.

⁶ W przypisach w tekście dwa skróty odnoszą się do dwóch różnych galerii na internetowej witrynie „Głosu Koszalińskiego”: (GK1) odsyła do tekstu Michała Borkowskiego, *Koronawirus. MEMY. Najlepsze memy o maseczkach. Zobacz MEMY na temat koronawirusa i maseczek ochronnych*. „Głos Koszaliński”, 21.04.2020. Skróty (GK2) odsyła do galerii pt. *Koronawirus MEMY. Najlepsze memy na temat koronawirusa. Internauci żartują z koronawirusa*. „Głos Koszaliński”, 21.04.2020.

Słów *żart* i *dowcip* używam tu momentami zamiennie z terminem *mem*, którego bardzo zgrabną definicję podał Jakub Nowak (2013, s. 227): „pod pojęciem internetowego memu rozumiem tekst kultury, który zyskał popularność poprzez (z reguły) spontaniczną dystrybucję *online*, odbywającą się przynajmniej do pewnego stopnia niezależnie od przemysłów kultury, z których symbolicznego repozytorium czerpią twórcy i odbiorcy memów”.

Ze względu na ograniczenia objętościowe, w tym opracowaniu przedstawię tylko najważniejsze kategorie żartów, które były bardzo oryginalnym zapisem historii pandemii w Polsce i problemów, z jakimi mierzyli się Polacy w czasie zarazy A.D. 2020.

W analizowanej próbie badawczej najwięcej spośród 470 dowcipów, czyli 78, dotyczyło obowiązku noszenia maseczek ochronnych, 62 – papieru toaletowego, a 43 – policjantów i mandantów.

Przedmiotem żartów szczególnie eksploatowanym w pierwszym tygodniu kwarantanny był papier toaletowy, którego gromadzenie w nadmiernych ilościach było relacjonowane przez media informacyjne (BBC 2020) i społecznościowe w bardzo wielu krajach. Ludzie w obawie przed tym, że podczas domowej kwarantanny zabraknie im jedzenia i środków czystości, rzucili się na masowe zakupy, które były przedmiotem 26 dowcipów w moim zbiorze. Te dwie kategorie łączy doskonale dowcip stylizowany na ogłoszenia matrymonialne: *Pani posiadająca kilka opakowań papieru toaletowego, pozna Pana zaopatzonego w ryż i makaron*. Luksusowy charakter tych towarów deficytowych obrazuje mem, którego bohaterem jest Sylvester Stallone, grający pięściarza w filmie *Rocky*. Bohater obrazu, po stoczonej ciężkiej walce, której ślady krwią zapisane są na jego twarzy, podnosi triumfalnie ręce do góry, a internetowy dowcipniś wkłada w jego usta zawołanie: *Halyna! Kupiłem makaron!*

Masowe zakupy w marcu 2020 roku przypomina mem zatytułowany *Pomnik bitwy pod Kauflandem 2020* (GK2), swoją estetyką uruchamiający skojarzenia z monumnetami upamiętniającymi historyczne wydarzenia. Mem przedstawia rodzinę szarpiącą się z wypełnionym po brzegi sklepowym wózkiem. Dowcipy prześmiewczo wykorzystywały melodie znane z reklam, np. *Jak koronawirus to tylko do Lydla, do Lydla*, albo strukturę doniesień prasowych: *RZESZÓW – Jest pierwszy przypadek śmierci w domu*

spowodowanej wirusem! Nikt o tym nie mówi! Janusza G. przygniotło 300 kg makaronu i 150 kg ryżu.

Robieniu wielkich zapasów towarzyszyły żartobliwe uwagi o tym, że *makaron jest z Włoch, a ryż z Chin*, przypominające, gdzie pojawił się koronawirus i skąd się rozprzestrzenił w całej Europie, ale i seria dowcipów stylizowanych na matrymonialne anonse: *Sympatyczna pani z zapasem makaronu pozna sympatycznego pana z zapasem papieru toaletowego.*

Papier toaletowy rozpałał wyobraźnię internetowych dowcipniśców na całym świecie. W analizowanym zbiorze krótkich form humorystycznych znajdują się również przywoływane chętnie przez respondentów inicjatywy „artystyczne” i przejawy sztuki nowoczesnej, powstałe m.in. w odpowiedzi na międzynarodowe wyzwanie #ToiletPaperRollChallenge.

W Polsce memy pokazywały albo puste półki, na których samotnie stały pojedyncze rolki papieru, z podpisem: *Koronawirus u Polaków przebiega inaczej niż u Chińczyków i Włochów... U nich katar i gorączka. U nas biegunka*, albo półki pełne rolek papieru toaletowego, nazwane teraz *Giełdą papierów wartościowych*. Luksusowy charakter papieru toaletowego obrazuje żart stylizowany na prasowe ogłoszenie: *3 rolki papieru zamienię na kawalerkę w Warszawie*. Przypomina on internetowy mem, na którym fotografia opakowania masek chirurgicznych opatrzona jest hasłem: *Znalazłem na stryżku z czasów świńskiej grypy. Zamienię na dwupokojowe mieszkanie w centrum Warszawy*.

Obowiązek noszenia maseczek ochronnych w miejscach publicznych zainspirował internetowych prześmiewców, którzy natychmiast po jego ogłoszeniu odpowiedzieli dowcipami (w mojej próbie stanowią one kategorię liczącą 78 żartów).

Słowami: *Nosił maskę, zanim było to modne*, opatrzony jest kadr z filmu *Hannibal Lecter*, w którym główny bohater – kanibal ma założoną specjalną maskę, uniemożliwiającą mu gryzienie ludzi. Z kolei filmowy Zorro, którego znakiem rozpoznawczym była zakrywająca górną połowę twarzy maska uniemożliwiająca jego rozpoznanie, pytany jest w wizualno-werbalnym dowcipie: *Zorro, jak żeś tę maseczkę założył?* (GK1).

9 kwietnia 2020 roku Minister Zdrowia na konferencji prasowej poinformował, że od czwartku, 16 kwietnia 2020 roku będzie obowiązywał w Polsce nakaz noszenia maseczek ochronnych w miejscach publicznych.

W reakcji na tę zapowiedź w internecie pojawił się kadr z filmu Stanisława Barei pt. *Miś*, pokazujący rozmowę bohaterów, granych przez Krzysztofa Kowalewskiego i Stanisława Tyma. Zdjęciu towarzyszą słowa: *Minister zdrowia, profesor nauk medycznych, najpierw mówił, że maseczki w niczym nie pomagają i dziwi się ludziom, którzy je noszą, natomiast teraz twierdzi, że są niezbędne i będą nas chroniły przed koronawirusem, ale dopiero od czwartku*. I dopisek: *Czego nie rozumiesz?* (GK1).

Miś przypominał czasy PRL, do których wizualnie odsyłał również mem pokazujący siedzących w poczekalni starszych ludzi. Na pierwszym planie kobieta i mężczyzna, na czarnym tle zapisana ich rozmowa: *Za czym ta kolejka? – Do ostatniej maseczki i ostatnich rękawiczek. – E, to już dla mnie nie starczy*. Logiczna puenta przypominała zmagania zaskoczonych kwarantanną Polaków, którzy w sklepach kupowali dużo, bo bali się, że jeśli nie kupią teraz, to potem dla nich nie starczy. W dowcipie pobrzmiwają echa pytań dziennikarzy, którzy wyrażali troskę wielu osób, martwiących się o to, że maseczek nie można nigdzie dostać, a jednocześnie za brak maseczki może grozić mandat.

Na zapowiedź, że policjanci najpierw będą upominać, a później karać za brak maseczki, natychmiast zareagowali internauci, umieszczając sylwetki dwóch policjantów na obrazie *Bociany* Józefa Chełmońskiego. Nad oraczem i jego synem stają stróże prawa i mówią: *Dla pana starszego 6000 zł kary za brak maseczki... A dla gluta 3000 zł za gapienie się w niebo, co nie jest konieczne do życia* (GK1). Mem w oczywisty sposób nawiązuje do „potrzeb życiowych”, które były dyskutowane przez internautów w social mediach i prawników zapraszanych do studiów telewizyjnych, aby tłumaczyć, czym są owe potrzeby i co jest konieczne do życia.

W marcu 2020 roku w międzynarodowej przestrzeni internetowej pojawiła się seria memów pokazujących psy i koty z maskami na pyszczkach. O życiu i problemach zwierząt domowych w czasie epidemii w analizowanej próbie badawczej opowiadało 12 dowcipów. Memy dotyczące psów, bardzo często w różnych językach, powielają podobną historię: o psach zamęczonych wielogodzinnymi spacerami z właścicielami, sąsiadami i przyjaciółmi właścicieli. Dlaczego? W wielu krajach dotkniętych epidemią wprowadzano podobne obostrzenia, np. zakaz poruszania się, z wyjątkiem sytuacji, kiedy jest to konieczne – w związku z wykonywaną pracą lub zapewnieniem

podstawowych potrzeb życiowych. Usprawiedliwiony był również właściciel psa, który mógł wychodzić z czworonogiem na krótki spacer. O tym, jak bardzo uniwersalny, by nie rzec w pandemii – globalny, był problem legalnych spacerów z psem, świadczy mem, który w Polsce może budzić intertekstualne skojarzenia, choć zdjęcie wcale nie jest zrobione na polskiej ulicy. Fotografia pokazuje policjantów (być może we Włoszech, biorąc pod uwagę nazwę służb i fragmenty szyldów) zatrzymujących na chodniku mężczyznę, który na smyczy prowadzi świnię. Autor polskiej wersji dowcipu dodał do zdjęcia słowa: *Przysięgam, 5 minut temu jeszcze czekał* (demotywatory.pl). Internautom może ten wątek przypominać fragment kultowej komedii *Nie ma mocnych* (1974) i słowa oburzonego Pawlaka: *A kto mi zabroni z pastowanym kabanem po lesie spacerować?*

Kto i czego, i dlaczego, może zabronić – o tym dyskusje trwały na forach i w studiach telewizyjnych. A wszystko za sprawą mandatów, jakie policjanci dawali za m.in. nielegalne zgromadzenia lub podróże bez celu, tj. nieuzasadnione potrzebami życiowymi. Te mandaty oraz okoliczności, w jakich internauci „widzieli policjantów”, były przedmiotem 43 żartów w analizowanym zbiorze.

Stróże prawa pojawiali się na obrazach Edwarda Hoppera, Claude Moneta, Aleksandra Gierymskiego (GW) Władysława Podkowińskiego, Edvarda Muncha, Caspara Friedricha, Leonarda da Vinci. Internauci świetnie się bawili obrazami mistrzów polskiego i światowego malarstwa, umieszczając postacie policjantów m.in. w *Wieczerniku*, gdzie Chrystus spożywał Ostatnią Wieczerzę, uznaną za nielegalne zgromadzenie. Podobnie, legitymowana jest przez policję grupa robotników na szczycie drapacza chmur na słynnym zdjęciu Charlesa Ebbetsa *Lunch atop a Skyscraper* (1932) (GK2).

Do nielegalnych zgromadzeń internetowi prześmiewcy zaliczyli m.in. bohaterów serialu *Czterej Pancerni i pies* oraz bajki *Królowna Śnieżka i 7 krasnoludków* („Gazeta Współczesna”), *Czterech Jeźdźców Apokalipsy* (którzy byli przedmiotem słownego żartu), a także spotkanie Jezusa z uczniami w drodze do Emaus. Również modlitwa Chrystusa w Ogrójcu zakłócona została przez funkcjonariusza, który domagał się wyjaśnień od klęczącego Jezusa: *A więc Pan tu w trzech osobach jest? Aha, czyli ZGROMADZENIE!*

Religijny kontekst pozwala również zrozumieć sens dowcipu, w którym policjanci kontrolujący na ulicy staruszkę mówią: *Ziemniaki, chleb, schab...*

schab?!! Przecież dzisiaj piątek!! 500 zł mandatu za nieuzasadnione zakupy (GK2). W stanie epidemii oprócz spaceru z psem dopuszczalne było wyjście na zakupy, jeśli było to uzasadnione zaspokojeniem życiowych potrzeb. Podobnie podróż musiała mieć określony cel. Do tego problemu nawiązuje mem, w którym w kadr z filmu *Krzyżacy* wpleciona jest rozmowa rycerzy siedzących na koniach: *jakby co, to jedziem na Orlen po płyn* (GK2). Stacje benzynowe Orlen miały sprzedawać płyn dezynfekcyjny. Też opowiadano o nim dowcipy, porównując *płyn do Yeti, o którym wszyscy słyszeli, ale nikt go nie widział*.

Dezynfekcja była przedmiotem 28 memów w mojej kolekcji dowcipów. Wśród nich na uwagę zasługują twórcze przekształcenia obrazów: mistrza Leonarda (Mona Lisa w maseczce i lateksowych rękawiczkach, zwana teraz Corona Lisą), Michała Anioła (*Stworzenie Adama* z Kaplicy Sykstyńskiej zostało przez internetową wyobraźnię uzupełnione płynem dezynfekcyjnym) czy Edvarda Muncha (jego słynny *Krzyk* uzyskał nowe znaczenie, gdy przed bohaterem płótna pojawił się sklepowy wózek wypełniony tuzinem rolek papieru toaletowego, zaś dopisek dowcipnisa informował o treści krzyku: *Jeszcze o mydle zapomniałem!* (wernisażeria.com).

Wiadomość, że koronawirus jest wrażliwy na detergenty i częste mycie rąk wodą z mydłem może pomóc w powstrzymaniu rozprzestrzeniania się epidemii, sprawiła, że na całym świecie media informacyjne („New York Times”; *Euronews* 2020) uczyły odbiorców, jak mają się myć, a internauci żartowali, że dinozaury wyginęły, bo nie mogły umyć rąk.

Paniką przejęta śmierć, w maseczce ochronnej i rękawiczkach, dezynfekuje kosę, swój atrybut. Jakże ludzka jest ta śmierć! Jak bardzo niepodobna do tej z obrazów *danse macabre* – tańca, który w sztuce zapisany został właśnie po epidemii dżumy, czarnej śmierci.

Niezwykle oryginalne i skłaniające do refleksji były formy humorystyczne nawiązujące do wiary i praktyk religijnych. 26 dowcipów, które zdaniem respondentów wcale nie raniły ich uczuć religijnych, a wprost przeciwnie – uwrażliwiały odbiorców na duchowy wymiar ludzkiego życia. Wpisywanie Chrystusa w sytuacje znane z doświadczeń tych niezwyklej codzienności w czasach zarazy. Tak odczytywali te żarty moi respondenci. W tej kategorii wyróżniały się 4 dowcipy o przygotowaniach do Świąt Wielkanocnych, a także 4 memy dotyczące praktyk religijnych.

Kiedy w marcu 2020 roku rząd wprowadził ograniczenie dopuszczalnej liczby wiernych w kościele do 50 osób przebywających w świątyni, księża zapowiedzieli, że stosując się do zaleceń, będą liczyli wiernych wchodzących na nabożeństwa. Natychmiast w sieci pojawił się mem pokazujący uczipioną zamkniętej kościelnej bramy staruszkę, która krzyczy: *Otwierać Kuźwa! Policzyłam! 48 osób weszło!* (GK2).

23 dowcipy opowiadały, co ludzie robią w domu podczas kwarantanny, jak wygląda ich praca zdalna (13) i edukacja *online* (22). 19 obrazów pokazywało ich relacje z bliskimi (międzynarodową karierę zrobił żart dotyczący mężczyzny, który dostaje wybór, gdzie spędzić kwarantannę. *Opcja A: w domu z żoną i dziećmi. Opcja B...* – ten przerywa wyliczenie i woła: *B! B! Zdecydowanie B!*). Otyłość była przedmiotem 12 memów, sugerujących, że mieszkańcy naszego globu zamknięci w domach, zajęci są głównie objadaniem się albo spaniem. To żarty, które miały bardzo uniwersalny charakter.

W 12 dowcipach o Chinach aż 8 mówiło o przesyłkach z AliExpress, a 4 o nietoperzach. 5 dowcipów w analizowanej próbie obśmiewało skutki zamknięcia zakładów fryzjerskich, a 7 pokazywało pomysły na wakacje w czasie pandemii. 8 form humorystycznych pokazywało reakcje ludzi na kaszel i kichanie. To również są memy, które zrozumiane będą ponad granicami. Pozostałe dowcipy trafiły do kategorii – Inne.

Na koniec warto wspomnieć o liczącej 31 dowcipów grupie żartów politycznych. 10 memów w tej kategorii dotyczyło obchodów rocznicy katastrofy smoleńskiej, zaś 15 – wyborów prezydenckich zaplanowanych na 10 maja 2020 roku. Symboliczna jest wymowa czarnego worka, który trzyma w jednej ręce Agata Duda, na zdjęciu z akcji sprzątania lasu. Fotografia stała się memem, kiedy internauci dodali komentarz w formie słów włożonych w usta prezydentowej, która niosąc znaleziony czarny worek, woła: *Andrzej, ten chyba jeszcze da radę zagłosować* („Gazeta Krakowska” 2020). Zwraca uwagę językowe nawiązanie do hasła *Damy radę* z kampanii wyborczej prezydenta.

Memy ze zdjęciem Artura Schopenhauera miały kilka wersji. Do wyborów odnosi się mroczny żart z portalu kwejk.pl. Filozofowi zostały przypisane słowa komentarza do bieżących wydarzeń politycznych w Polsce: *10 maja wszyscy pójdziemy do urn. Co prawda większość z nas nie do wyborczych.*

W tym samym tonie utrzymane jest złowróżbne zdanie, również towarzyszące zdjęciu Schopenhauera: *Za rok będziecie się śmiać z tego wirusa. Oczywiście nie wszyscy*. Dwuznaczna puenta tego dowcipu jest też kluczem do zrozumienia popularności koronahumoru.

470 żartów krążących w polskiej przestrzeni medialnej. Tak jak z innymi dowcipami bywa, tak w przypadku polskiego koronahumoru nie wiadomo, kto jest autorem żartu ani kiedy i jak został zmodyfikowany. Wywiady i badania prowadzone do końca kwietnia 2020 roku pozwoliły wyłonić dowcipy, które wiele mówią o nastrojach Polaków mierzących się z epidemią. Żarty z koronawirusa, podobnie jak inne dowcipy reprezentujące kategorie czarnego humoru, w tym *disaster jokes*, nie wszystkich śmieszą. Ten humor ma to do siebie, że nie każdego bawi. Nie wszyscy będą się śmiać z wirusa. I to wcale nie z powodu, o jakim głośno myślał Shopenhauer na cytowanym obrazku (rys. 3).

Rysunek 3



Koronahumor jest specyficzną odmianą komizmu, która powstaje na naszych oczach i ma charakter globalny. Żarty z ludzi, którzy w lepszy czy gorszy sposób próbują sobie radzić z ograniczeniami, zakazami, nakazami wynikającymi z walki z wirusem, którego nie widać, są niezwykle ciekawym zapisem miesiąca, jakie przejdą do historii. W średniowieczu, na początku XIV wieku, Giovanni Boccaccio napisał *Dekameron*. Jego bohaterowie, reprezentujący różne stany i zawody, uciekali przed epidemią dżumy, schronili się w okolicach Florencji i pozostając w izolacji, w lęku przed zarazą, dla

zabicia czasu opowiadali sobie historie. W 2020 roku mieszkańcy globalnej wioski, pozamykani w swoich domach z obawy przed zarazą, siedzą w odosobnieniu przed ekranami swoich komputerów i opowiadają sobie historie za pomocą obrazków. Ich twórcy również, podobnie jak w Dekameronie, reprezentują różne zawody i grupy społeczne. Łączy ich to, że śmieszą ich podobne historie, które w globalnej wiosce mają nie kilkunastu słuchaczy, ale kilka milionów, bo żarty z wirusa stają się viralami i błyskawicznie przekraczają granice, zbliżając do siebie ludzi, chroniących się za nimi jak za antydepresyjną tarczą.

POMNIK BITWY POD KAUFLANDEM 2020



BIBLIOGRAFIA

- Berger P. (1997), *Redeeming Laughter: The Comic Dimension of Human Experience*. Berlin – New York: Walter De Gruyter.
- Brzozowska D. (2012), *Logiczne aspekty języka a teksty humorystyczne Rola mechanizmu logicznego w dowcipach*. *Investigationes Linguisticae*, 25, 15–26.
- Bucki P. (2019), *VIRAL. Jak zarażać ideami i tworzyć wirusowe treści*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Burszta W., Pomieciński A. (2012), *E-folklor*. *Kultura Popularna*, 3 (33), 4–5.
- Coser R. (1959), *Some social functions of laughter: A study of humor in a hospital setting*. *Human Relations*, 12 (2), 171–182.
- Davies C. (1998), *Jokes and their Relation to Society*. Berlin– New York: Mouton de Gruyter.
- Davies C. (1999), *Jokes about the Death of Diana, Princess of Wales*, [w:] T. Walter (red.), *The Mourning for Diana* (253–268). Oxford: Routledge.
- Dundes A. (1987), *Cracking Jokes: Studies of Sick Humor Cycles and Stereotypes*. Berkeley: Ten Speed Press.
- Dundes A., Hauschild T. (1983), *Auschwitz jokes*. *Western Folklore*, 42 (4), 249–260.
- Dziemidok B. (2011), *O komizmie. Od Arystotelesa do dzisiaj*. Gdańsk: Wydawnictwo słowo/obraz terytoria.
- Freud Z. (1993, 1905), *Dowcip i jego stosunek do nieświadomości*. Warszawa: Wydawnictwo KR Sen.
- Hajduk-Nijakowska J. (2010), *E-folklor. Rola Internetu w powstawaniu nowych zjawisk folklorystycznych*, [w:] P. Francuz, S. Jędrzejewski (red.), *Nowe media i komunikowanie wizualne* (201–214). Lublin: Wydawnictwo KUL.
- Hajduk-Nijakowska J. (2012), *Folklorystyczny nerw internetu. Wspólnotowa przestrzeń emocji i wyobraźni*. *Kultura Popularna*, 3 (33), 6–20.

- Hodalska M. (2014), *Pandemie w kulturze strachu*, [w:] T. Goban-Klas (red.), *Komunikowanie w ochronie zdrowia: interpersonalne, publiczne, medialne* (232–244). Warszawa: Wolters Kluwer SA.
- Kamińska M. (2011), *Nieczne memy. Dwanaście wykładów o kulturze internetu*. Poznań: Galeria Miejska Arsenal.
- Kant I. (2004), *Krytyka władzy sądzienia*, tłum. J. Gałęcki, A. Landman. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Kuipers G. (2002), *Media culture and Internet disaster jokes bin Laden and the attack on the World Trade Center*. *European Journal of Cultural Studies*, 5, 450–470.
- Kuipers G. (2006), *Introduction: Jokes, humor, and taste*, [w:] tejże, *Good Humor, Bad Taste: A Sociology of the Joke* (1–20). New York: Walter de Gruyter.
- Kuipers G. (2008), *The sociology of humor*, [w:] V. Raskin (red.), *The Primer of Humor Research* (365–402). Berlin – New York: Mouton de Gruyter.
- Martin R.A. (2003), *Sense of humor*, [w:] S.J. Lopez, C.R. Snyder (red.), *Positive psychological assessment. A Handbook of models and measures* (313–326). Washington: American Psychological Association.
- Mateja M., Ciesielski P. (2015), *Nowy wymiar publicystyki politycznej? Memy jako forma krytyki Hanny Gronkiewicz-Waltz*. *Zeszyty Prasoznawcze*, 3, 659–676.
- Morrow P.D. (1987), *Those sick Challenger jokes*. *Journal of Popular Culture*, 20 (4), 175–184.
- Nowak J. (2013), *Memy internetowe: teksty (cyfrowej) kultury językiem krytyki społecznej*, [w:] I. Hofman, D. Kępa-Figura (red.), *Współczesne media. Język mediów* (227–238). Lublin: Wydawnictwo UMCS.
- Ochwat P. (2015), *Zjawisko humoru a nowoczesne technologie komunikacyjne. Analiza źródeł tworzenia i kanałów przekazu treści humorystycznych*. *Kultura–Media–Teologia*, 22, 33–52.
- Oring E. (1987), *Jokes and the discourse on disaster: The Challenger shuttle explosion and its joke cycle*. *Journal of American Folklore*, 100 (397), 276–286.

- Press-Service Monitoring Mediów (2020), *Koronawirus. Raport medialny*.
<https://psmm.pl/raporty-specjalne> (dostęp: 28.04.2020).
- Rusek A. (2012), *Wielowymiarowość humoru*. *Innowacje psychologiczne*, 1 (1), 117–127.
- Scheff T. (1980), *Catharsis in Healing, Ritual, and Drama*. Berkeley: University of California Press.
- Skibicka-Piechna A., Wolińska M. (2016), *Wykorzystanie humoru w socjoterapii*. *Społeczeństwo. Edukacja. Język*, 4, 189–197.
- Tomczuk-Wasilewska J. (2009), *Psychologia humoru*. Lublin: Wydawnictwo KUL.
- Wernisazeria (2020), *Sztuka w kwarantannie*. <https://wernisazeria.com/sztuka-w-kwarantannie/> (dostęp: 28.04.2020).
- Wieczorek K. (2000), *Poczucie humoru a filozofia*, [w:] S. Gajda, D. Brzozowska (red.), *Świat humoru* (13–25). Opole: Uniwersytet Opolski.
- Ziv A. (1984), *Personality and sense of humor*. New York: Springer Pub. Co.
- Żygułski K. (1976). *Wspólnota śmiechu. Studium socjologiczne komizmu*. Warszawa: PIW.

ARTYKUŁY PRASOWE

- BBC (2020), *Coronavirus: 'Don't panic, be community-minded', says loo roll boss*. BBC, 11.03.2020, <https://www.bbc.com/news/av/business-51823128/coronavirus-don-t-panic-be-community-minded-says-loo-roll-boss> (dostęp: 28.04.2020).
- Dziennik Zachodni (DZ), *Memy o Koronawirusie. Absurdy kwarantanny i zachowań polityków. Memy uczą też profilaktyki przed COVID-19*. Dziennik Zachodni, 28.04.2020, <https://dziennikzachodni.pl/memy-o-koronawirusie-absurdy-kwarantanny-i-zachowan-politykow-memy-ucza-tez-profilaktyki-przed-covid-19/ga/c15-14753252/zd/42926222> (dostęp: 28.04.2020).

- Euronews (2020), *Coronavirus. How to wash your hands properly and stop the spread of COVID-19*. <https://www.euronews.com/2020/03/18/coronavirus-how-to-wash-your-hands-properly-and-stop-the-spread-of-covid-19> (dostęp: 28.04.2020).
- Gazeta Krakowska, *Wybory prezydenckie a koronawirus*. Memy, 2.04.2020, <https://gazetakrakowska.pl/wybory-prezydenckie-a-koronawirus-memy-andrzej-duda-i-inni-politycy-wykpieni-przez-internautow-w-memach-za-kampanie-w-epidemii/ga/c1-14890835/zd/42748145> (dostęp: 28.04.2020).
- Gazeta Wyborcza (GW). M. Muraszko, *Policja interweniuje na obrazach Hoppera, Moneta i Gierymskiego. Polski artysta przerobił słynne dzieła mistrzów*. Gazeta Wyborcza, 10 kwietnia 2020, <https://trojmiasto.wyborcza.pl/trojmiasto/7,35612,25860458,policja-interweniuje-na-obrazach-hoppera-moneta-i-gierymskiego.html> (dostęp: 28.04.2020).
- Gazeta Współczesna, *Nowe MEMY – TOP 10 nielegalnych zgromadzeń. Memy w czasie koronawirusa pomagają rozładować lęk i napięcie*. 28.04.2020, <https://wspolczesna.pl/memy-top-10-nielegalnych-zgromadzen-memy-w-czasie-koronawirusa-pomagaja-rozladowac-lek-i-napiecie/ga/c1-14887089/zd/42729401> (dostęp: 28.04.2020).
- Głos Koszaliński (GK1), M. Borkowski, *Koronawirus. MEMY. Najlepsze memy o maseczkach. Zobacz MEMY na temat koronawirusa i maseczek ochronnych*. Głos Koszaliński, 21.04.2020, <https://gk24.pl/koronawirus-memy-najlepsze-memy-o-maseczkach-zobacz-memy-na-temat-koronawirusa-i-maseczek-ochronnych-21042020/ar/c1-14920600> (dostęp: 28.04.2020).
- Głos Koszaliński (GK2), *Koronawirus MEMY. Najlepsze memy na temat koronawirusa. Internauci żartują z koronawirusa*. Głos Koszaliński, 21.04.2020, <https://gk24.pl/koronawirus-memy-najlepsze-memy-na-temat-koronawirusa-21042020-internauci-zartuja-z-koronawirusa/ar/c15-14922672> (dostęp: 28.04.2020).
- New York Times (2020), *How to wash your hands*. New York Times, 13.03.2020, <https://www.nytimes.com/2020/03/13/world/how-to-wash-your-hands-coronavirus.html> (dostęp: 28.04.2020).

Newsweek, *Koronawirus w Polsce. 28 kwietnia. Liczba zachorowań na koronawirusa. Statystyki*. Newsweek, 28.04.2020, <https://www.newsweek.pl/wiedza/zdrowie/koronawirus-w-polsce-28-kwietnia-liczba-zachorowan-na-koronawirusa-statystyki/xr1qgc9> (dostęp: 28.04.2020).

Radio Zet, *Koronawirus. 28 kwietnia. Nowe informacje, liczba zakażeń i zgonów*. Radio Zet, 28.04.2020, <https://wiadomosci.radiozet.pl/Polska/Koronawirus-28-kwietnia.-Nowe-informacje-liczba-zakazen-i-zgonow> (dostęp: 28.04.2020).

Demotywatory.pl

Kwejk.pl

Oaza-memow.pl