

# Jezik depresije na Internetu: kognitivno lingvistička analiza internetskih mema

---

Lacko, Florijan

Undergraduate thesis / Završni rad

2020

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **University of Rijeka, Faculty of Humanities and Social Sciences / Sveučilište u Rijeci, Filozofski fakultet**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:186:000457>

*Rights / Prava:* [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

*Download date / Datum preuzimanja:* **2024-08-17**



*Repository / Repozitorij:*

[Repository of the University of Rijeka, Faculty of Humanities and Social Sciences - FHSSRI Repository](#)



**Sveučilište u Rijeci**  
**Filozofski Fakultet**

**Florijan Lacko**

**Jezik depresije na Internetu:**  
**Kognitivno lingvistička analiza internetskih mema**

**Rijeka, 2020.**

**SVEUČILIŠTE U RIJECI**

FILOZOFSKI FAKULTET  
Odsjek za kulturalne studije

**Florijan Lacko**

Matični broj:  
0066253803

**Jezik depresije na Internetu:  
Kognitivno lingvistička analiza internetskih mema**

ZAVRŠNI RAD

Preddiplomski studij kulturologije

Mentor: dr. sc. Benedikt Perak

**Rijeka, 2020.**

# Sadržaj

Sažetak .....	4
Ključne riječi.....	4
1. Uvod .....	5
2. Metodologija .....	6
2.1. Prikupljanje građe i analiza aktualnih društvenih mreža.....	6
2.2. Problematika prikupljanja memeova .....	7
2.3. Uzorak i klasifikacija .....	9
3. Mem i dadaizam.....	9
4. Konceptualni okvir .....	12
5. Metaforički jezik u memu.....	14
6. Konstrukcija i elementi internetskog mema .....	17
6.1. Konstrukcija značenja .....	18
6.1.1. Tagging.....	19
6.1.2. Threading .....	21
6.1.3. Reflecting .....	23
6.1.4. Stripping i Merging.....	25
7. Zaključak .....	28
8. Literatura .....	29

## **Sažetak**

Ovaj rad bavi se fenomenom Internetskog mema, njegovom naglom pojavom i analizom korištenjem kognitivno lingvističke teorije. Internetski memovi kao vizualna forma zanimljiv su format putem kojeg se Internetom šire informacije i ideje, stoga rad stavlja fokus na analizu korištenja jezika, te samu konstrukciju mema uporabom njegovih osnovnih konstrukcijskih elemenata: fotografija i tekst. Rad se specifično bavi analizom Internetskih mema koji se bave tematikom depresije, jedinstvenom vrstom jezičnih izraza koji stavljaju naglasak na stanje depresije pojedinca, no to rade u svrhu humora. Temeljni cilj ovog rada jest analiza jezika i konstrukcije Internetskog mema kako bi se putem nje postigla klasifikacija mema, odnosno podjela u kategorije, ovisno o načinu njihove konstrukcije.

## **Ključne riječi**

Internetski mem, kognitivna lingvistika, metafora, okvir, prizor, fotografija, tekst, depresija, tagging, threading, reflecting, stripping, merging

# 1. Uvod

Internetski mem kao vizualna forma postao je široko rasprostranjen posljednjih nekoliko godina, te se putem raznih društvenih mreža on širi velikom brzinom, iako o Internetskom memu govorim u jednini on postoji u mnogo oblika. Tekstualnom, slikovnom ili video obliku, no ovaj rad specifično će se baviti analizom slikovnih i tekstualnih memova, kako se oni mogu pojavljivati samostalno, te načine na koji se fotografija, slika i tekst mogu spajati u zasebne vrste, te na kraju ponuditi klasifikaciju koja će odgovarati načinima konstrukcije. Internetski mem sam po sebi zanimljiv je fenomen, no ovaj rad će se prilikom analize ove vizualne forme koristiti terminologijom i teorijom kognitivne lingvistike, koja je sama po sebi relativno mlada znanstvena disciplina. No, smatram kako će terminologija kojom se koristi kognitivna lingvistika poslužiti kao odličan alat ne samo za jezičnu analizu, već i vizualnu analizu konstrukcije Internetskog mema. Naravno, mem kao vizualna forma može obuhvaćati široki raspon ideja i pojava koje se mogu putem njega širiti, stoga je naglasak u ovome radu stavljen na memove o depresiji, odnosno na memove koji na humorističan način prikazuju stanje depresije pojedinca. Putem takvih memova odlučio sam napraviti kognitivno lingvističku analizu ovog društvenog fenomena, te na njima pokušati načiniti klasifikaciju u kojoj se memovi s obzirom na klasifikaciju dijele na 6 jasno odvojivih kategorija.

Mem se čini, s obzirom na korištenje teksta u njegovoj konstrukciji, kao zanimljiv jezični fenomen jer svojim pojavljivanjem spaja tekst i neki drugi medij, fotografiju ili video, no fokus ovog rada jest isključivo mem koji spaja tekst i fotografiju, te se na Internetu i društvenim mrežama pojavljuje u fotografskom formatu. Prilikom istraživanja i analize mema, naišao sam na mnogo zanimljivih činjenica o ovom vizualnom formatu, stoga nisam samo propitivao korištenje specifičnog jezika u konstrukciji nego sam u fokus stavio i pitanje autorstva mema, te time istražiti koje konceptualne korijene u povijesti sadrži ovaj format.

Za razumijevanje ove, kao i drugih medijskih i vizualnih formi potrebno nam je određeno predznanje, što kulturno, što jezično ili društveno kako bismo mogli shvatiti što nam je predočeno (bilo da se radi o likovnoj umjetnosti, filmu, u ovom slučaju memu itd.)

## **2. Metodologija**

### **2.1. Prikupljanje građe i analiza aktualnih društvenih mreža**

Prikupljanje građe za pisanje ovog rada; takozvanog repozitorija memeova bio je najlakši i najbrži postupak u analizi. U današnje vrijeme društvene mreže, kojih je svakim danom sve više i više, zatrpane su svojevrsnim memovima. Interesantna je činjenica kako zapravo svaka društvena mreža, dali je to Facebook (kao jedna od najpopularnijih; iako ima najveći broj registriranih korisnika, broj aktivnih korisnika mu posljednjih nekoliko godina sve više opada), Twitter, Instagram, Pinterest, Tumblr ili neki druga mreža – svaka memove svrstava u grupe ili posebne kategorije. Tako putem Facebooka memove koje nas interesiraju možemo pronaći ako pretražimo posebne stranice ili grupe u kojima se objavljuju specifični i targetirani memovi. Na Instagramu isto tako postoje posebne stranice posvećene objavljivanju sadržaja, a memovi se mogu potražiti putem određenih hashtag-ova<sup>1</sup>. Tumblr funkcionira na sličnom principu, iako umjesto termina stranica (eng. Page) kao što je slučaj na Facebooku i Instagramu, na toj se društvenoj mreži koristi termin blog<sup>2</sup>, kako bi se približio osobni aspekt kreiranja i objavljivanja sadržaja.

Postoje i nove društvene mreže koje su se pojavile u posljednjih nekoliko godina, a u rekordnom su broju prikupile veliki broj korisnika – jedan od najboljih primjera takvih

---

<sup>1</sup> Primjer: #depressionmeme – znak ljestve (#) će na instagramu određeni termin pretvoriti u link, putem hashtaga određeni sadržaj se označava, te tako omogućava lakše pronalaženje sadržaja.

<sup>2</sup> Blog je webstranica koja koristi osobne osvrtne, komentare i često hyperlinkove, videozapise i fotografije koje objavljuje autor. Izvor: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/blog>

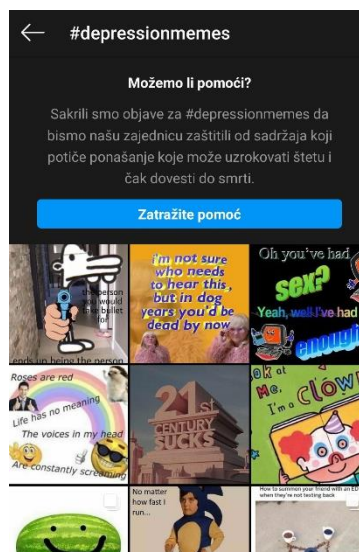
društvenih mreža jest TiKToK. TikTok je društvena mreža koja se pojavila 2016. godine u Kini pod imenom musica.ly, a krajem 2017. godine kineska tvrtka ByteDance kupila je aplikaciju i povezala je sa aplikacijom Tik Tok i tako došla do onda već milijunskih pretežito američkih korisnika aplikacije musica.ly. Aplikacija je posebna po tome što naglasak stavlja na sve manji postotak pažnje koje korisnici pridodaju određenim vrstama sadržaja; u današnjem konzumerističkom društvu kako smo zatrpani proizvodima masovne proizvodnje, zatrpani smo i online sadržajem pa naša sposobnost pažnje ima sve manji kapacitet. TikTok je prepoznao taj fenomen i aplikaciju formirao oko kratkih videozapisa (koji nisu duži od sekundi), standardni format videozapisa kreće se u rasponu od 15 – 60 sekundi u vertikalnoj orijentaciji koja opet korisnicima omogućava prirodnije držanje njihovog mobilnog uređaja. „For you page“ na aplikaciji je skup personalizirano generiranih videozapisa, koje sakuplja specijalno izrađen algoritam aplikacije, te korisniku priprema prilikom svakog otvaranja aplikacije prilagođen skup videozapisa. Htio sam u ovom odjeljku spomenuti to aplikaciju, zbog evolucije memova prvotno iz foto u video format, a nakon toga osobito zbog pojave ovakve i sličnih aplikacija evoluciju različitih video formata memova.

## 2.2. Problematika prikupljanja memeova

Prilikom prikupljanja memova i građe koju ću koristiti za ovo istraživanje sam se odlučio upravo za Instagram – osobito zbog lakšeg pronalaženja specifične vrste memova. No prilikom i samog prikupljanja i izrade repozitorija memova uvidio sam nekoliko interesantnih stvari koje ću iznijeti u ovom odjeljku. Odlučio sam se za



Slika 1 Poruka koja se prikazuje na aplikaciji Instagram prilikom pretraživanja termina kao što su depression i anxiety



Slika 2 Nakon što se odabere opcija "Prikaži objave" poruka je vidljiva na vrhu stranice objava



temu memova o depresiji, no prilikom pretraživanja ovog termina na Instagramu u obliku hashtaga (#depressionmemes) Instagram izbacuje zanimljivu poruku (vidi sliku 1):

Iako memovi o depresiji zapravo imaju humorističnu konotaciju koju ću analizirati u ovom radu, predstavnici Instagrama i drugih društvenih mreža svjesni su povećanja broja slučajeva depresije i anksioznosti (što klinički, što samo dijagnosticiranih) stoga prilikom upisivanja termina kao što su *depression* ili *anxiety* u pretraživanje izbacuje poruku koja korisniku nudi mogućnost traženja stručne pomoći na linku: [help.instagram.com/resources/63617265](https://help.instagram.com/resources/63617265) – no interesantnije još od toga jest da prilikom otvaranja poveznice pokazuje se samo bijela stranica bez sadržaja (na mobilnom uređaju i na računalu, no to je vjerojatno samo greška u učitavanju sadržaja ili problem regijskih ograničenja).

Dakle, glavni kanal, odnosno društvena mreža putem koje sam izvršio prikupljanje memova jest Instagram, a iako je u posljednjih godinu dana broj memova na temu depresije opao na toj društvenoj mreži (vjerojatno zbog razloga koji sam prije naveo – dakle, prepoznavanje depresije kao ozbiljnog psihičkog poremećaja), uspio sam preko dva dolje navedenih profila napraviti repozitorij od 150 memova:

[https://www.instagram.com/depression\\_memes\\_irl/](https://www.instagram.com/depression_memes_irl/)

<https://www.instagram.com/justdepressionmemes/>

Ove dvije navedene Instagram stranice među rijetkima su još aktivnim na toj društvenoj mreži da redovito objavljuju relevantne objave na temu koju analiziram, no prilikom prikupljanja građe naišao sam na još jednu problematiku koju ću ovdje ukratko opisati, a kasnije detaljnije opisati. U konstrukciji memova autor i autorstvo uopće nije bitno – autor jer naveden, no on je ponekad i sam dio smisla mema; to dolazimo do dadaističkog utjecaja na memove. Kako autor sam nije bitan u konstrukciji, kako se ponekad memovi konstruiraju i objavljuju preko lažnih profila i dijele na raznim društvenim mrežama i kanalima toliko je teško doći do izvora pojedinog memova; upravo zbog toga sam se odlučio da ću se zadržati na jednoj društvenoj mreži putem koje ću napraviti repozitorij građe koju ću analizirati. Naravno kao što sam naveo, dalje ću u ovome radu detaljnije objasniti fenomen autorstva, točnije njegovog manjka.

### 2.3. Uzorak i klasifikacija

Analizu memova, u ovom slučaju samo slikovnih vršio sam na uzorku od 150 primjera, koji su preuzeti sa Instagrama. Prilikom prikupljanja odlučio sam klasifikaciju vršiti po konstrukciji, iako ću se u daljnjem radu baviti jezičnom analizom korištenja termina depresija. Za takvu klasifikaciju odlučio sam se zbog pojednostavljenja problematike konstrukcije, te smatram kako takva podjela u daljnjem problematiziranju pomaže u samom lingvističkoj analizi.

Prilikom pregledavanja i prikupljanja samih memova već sam uvidio kako postoje nekoliko načina konstrukcije memeova, te sam ih odlučio podijeliti u sljedeće kategorije: *Reflecting, Stripping, Tagging, Threading i Merging*. Dakle, kroz ovih pet kategorija ću dalje u ovom radu provesti analizu same konstrukcije memova, ali i provući kognitivno-lingvističku analizu termina depresija, te koja je njihova uloga na internetu. Prvotno sam prepoznao samo 4 kategorije (prvih četiri prije navedenih), no uvidio sam kako te kategorije nisu jasno zacrtane u svakom memu nego prilikom njihove konstrukcije dolazi do spajanja dvije ili čak i više kategorija, stoga sam odlučio dodati i kategoriju *Merging* – spajanja određenih elemenata pojedinih kategorija u nove koje poprimaju nova značenja i nove forme.

Moram i ovdje naznačiti kako sam se odlučio zadržati samo na fotografijama i tekstualnim memovima, te se ta kategorizacija odnosi samo na te dvije forme, no može biti primjenjiva i na video memova, no oni nisu bili dio ove analize.

## 3. Mem i dadaizam

Iako je grana konceptualne lingvistike relativno mlada znanstvena disciplina prilikom proučavanja literature i velikog interesa prema popularnoj kulturi uvidio sam kako bi teorijska građa ove discipline uvelike doprinijela razumijevanju popularnih mema. Nisam

ni sam siguran što „okriviti“ za pojavljivanje mema na internetu ili koji točno trenutak odijeliti kao početak proizvodnje i distribucije ove vizualne forme. Prilikom istraživanja uvidio sam kako internetski memi vuku inspiraciju iz povijesti umjetnosti; odnosno jednog specifičnog umjetničkog razdoblja – dadaizma. Dadaizam raste iz korijena u kojem počivaju ideje da umjetnost nije samo estetski lijepa, nešto što se može objesiti na zid, te da umjetnikova zadaća nije puko slikanje i stvaranje „lijepih“ stvari, već svoj fokus pridaje kritici i izvrtanju buržoazijskih ideja u svrhu da postavi pitanja o društvu, funkciji autora i svrsi umjetnosti. Opet, ne želim navesti na to da se o memima razmišlja kao o umjetničkoj formi, to istraživanje ću prepustiti teoretičarima umjetnosti, samo bih želio skrenuti pažnju na povijesni kontekst koji se opet nalazi unutar kulturalnih studija i relevantan je njihovom nasljeđu, a koji je po mojem mišljenju utjecao na razvoj vizualne forme mema.

Naravno ne čudi niti činjenica kako se sama terminologija koja se koristi za opisivanje ove vizualne forme preuzela iz područja biologije, pa je tako Richard Dawkins prvi iznjedrio termin mem<sup>3</sup>, no on u kontekstu znanosti biologije djeluje kao jedinica za prijenos kulturnih ideja, simbola ili praksa, a označava ideju, ponašanje ili stil koji se širi od osobe do osobe unutar neke kulture. Pretpostavljam da je zbog toga taj termin preuzet kako bi opisao ovu modernu vizualnu formu, kojoj je primarna funkcija komentiranje i kritiziranje popularne kulture i modernog društva sa humorističnim konotacijama, a zbog prirode i učinka interneta (pogotovo zbog utjecaja i pristupačnosti društvenih mreža) ima golemu sposobnost širenja. Tu je isto tako preuzet i termin viralan<sup>4</sup> - naspram medicine u kojoj se taj termin koristi kako bi opisao brzo širenje nekog virusnog oblika i bolesti, ili u biologiji kako ga je Dawkins iskoristio kako bi opisao brzinu širenja mema unutar kulture, ovaj termin u modernom (bolje rečeno u postmodernom) internetskom dobu koristi kako bi opisao brzinu širenja određenog sadržaja. Zbog velike povezanosti golemog broja korisnika, što putem društvenih mreža, raznih web stranica, foruma itd. sadržaji kao što su videozapisi (prvenstveno kratki), fotografije, zvučni zapisi, šire se danas puno više nego što su to prije mogli. Upravo zbog toga razloga se koristi termin viralno kako bi se opisala sposobnost naglog širenja sadržaja. Tome uvelike doprinosi i razvoj moderne tehnologije, pa tako u svakom trenutku uz sebe imamo barem jedan uređaj, bilo pametni

---

<sup>3</sup> Richard Dawkins, *The selfish gene*, Oxford University Press, 1976.

<sup>4</sup> Richard Dawkins, *The selfish gene*, Oxford University Press, 1976.

telefon, tablet, laptop računalo, pametni sat ili slično koji ima mogućnost spajanja na Internet i pristup društvenim mrežama. No, isto tako ako sagledamo jednu od integriranih opcija u svakoj društvenoj mreži – *share* (dijeljenje) opcija koja je lako dostupna ispod svakog sadržaja bilo da se radi o Instagramu, Facebooku, Twitteru, Tumblru, TikToku ili bilo kojoj drugoj društvenoj mreži ona nam omogućava da velikom brzinom podijelimo sadržaj na druge društvene mreže.

Ovdje opet možemo povezati ovaj fenomen sa dadaističkim pokretom 20. stoljeća u kojem autorstvo kao što je ono prije bilo važno u vizualnim umjetnostima, ali i u književnosti, gubi na značajnosti, odnosno ono se počinje propitivati, postaje upitno i na kraju krajeva – ne bitno. To jasno možemo vidjeti na djelu jednog od najznačajnijih umjetnika dadaizma Marcela Dechampa koji se svojim djelom *Fountain* iz 1917. godine autorstvo kompletno doveo u pitanje tako što je postavio svoj *readymade* objekt koji je bio pisoar u izložbeni prostor i na njemu se potpisao svojim tada nepoznatim pseudonimom R. Mutt. Kritičari su osudili takvu vrstu umjetnosti i osudili autora, no nakon što se saznalo da se ipak rado o Marcelu Dechampu, njegov *Fountain* je postao jedno od najznačajnijih djela moderne umjetnosti 20. stoljeća. Isto tako u širenju popularnih memova na internetu autorstvo uopće nije sporno jer ono niti nije važno. Zbog velike brzine širenja sadržaja putem raznih kanala na društvenim mrežama, teško je odnosno nemoguće doći do polazne točke, a samim time i autora pojedinog mema. Autorstvo u ovom slučaju postaje sasvim nebitno, a kao što sam i prije naveo u ovome tekstu na nekim memovima se korisničko ime pod kojim je neki mem objavljen (avatar<sup>5</sup>) koristi kao integralni dio vizualne forme. Iz ovog slučaja isto tako možemo vidjeti kako stvaranje i širenje ove popularne vizualne forme vuče inspiraciju iz dadaističkog pokreta.

---

<sup>5</sup> Bullingham, Liam i Vasconcelos C. Ana, *The presentation of self in the online world': Goffman and the study of online identities*, Journal of Information Science, 2013 – „The avatar has been seen as a form of mask in the online environment, and its appearance demonstrates the role or interests of its user“.

## 4. Konceptualni okvir

Za nastavak ovog istraživanja potrebno nam je ostvariti konceptualni okvir unutar kojega ćemo vršiti ispitivanje sadržaja i doći do konkretnih zaključaka. Kao što sam rekao istraživati ću fenomen mema kao viralne vizualne forme unutar domene kognitivne lingvistike, nastavno na ostavštinu Noama Chomsky-a. Ovim okvirom postaviti ćemo sustav za razumijevanje mema, no dalje u istraživanju ćemo vidjeti koji su elementi potrebni u konstrukciji. Tako bismo odmah na početku mogli pogledati na terminologiju koju je uveo Chomsky *linguistic performance* i *linguistic competence*<sup>6</sup>, iako se naravno ova terminologija odnosi na samu sposobnost osobe za korištenje jezika unutar nekog kulturnog okvira, htio bih sagledati isto tako kako se ovi termini uklapaju o takozvanu teoriju mema. Kompetencija kod Chomskya označava jezik kao sustav znanja, a kompetencija (iako bih zbog jezičnih ograničenja bolje odgovarao prijevod *vještina*) označava primjenu tog određenog znanja u konkretnim kulturnim i govornim situacijama, odnosno primjena znanja u govorničkoj praksi. Valjalo bi i naglasiti kako je Chomsky dio takozvanog „prvog vala“ kognitivne lingvistike, no navođen je ovdje u tekstu jer se smatra jednim od pionira ove znanstvene discipline. Dakle, prilikom sagledavanja nekog mema, vjerujem da bi mlađe osobe koje puno više vremena provode na društvenim mrežama mogle sa lakoćom razumjeti neki mem, nego što bi to mogle starije osobe. Iako je konstrukcija samog mema veoma jednostavna, radi li se samo o tekstu ili o spoju teksta sa videom, ili fotografijom, osoba koja ga sagledava treba imati barem neko znanje o kontekstu situacije koje se reprezentira u memu.

Dotaknemo li se konkretnog termina kao što je depresija, na čiju sam temu odlučio istraživati memove, morali bismo imati iskustvo, doživljaj ili prijašnje znanje o ovoj emociji kako bismo imali kompetenciju za shvaćanje mema. Iako veoma mali broj mema u odabranom uzorku eksplicitno koristi riječ depresija ili anksioznost, oni se implicitno pozivaju na termine ili situacije koje bi odgovarale toj emociji ili osjećaju depresije, pojmovi kao što je izolacija, povlačenje, plakanje, tuga, samoća, strah, ravnodušnost, energija,

---

<sup>6</sup> Noam Chomsky, *Aspects of the Theory of Syntax*, MIT Press, 1965.

negativnost, smrt itd. Fillmore pristupa kognitivnoj lingvistici pitanjem : „*What do I need to know in order to use this form appropriately and to understand other people when they use it*“<sup>7</sup>; stoga sam i ja pokušao sagledati ovu vizualnu formu na taj način. U suštini potrebno nam je iskustveno znanje same emocije depresije, tuge ili slično kako bi mem kod nas pobudio neku reakciju i kako bismo ga mogli razumjeti; a ovakvo znanje o pojedinim emocijama mogli bismo veoma lako svrstati u enciklopedijsko znanje<sup>8</sup>.

Fillmore isto tako koristi termin okvira<sup>9</sup> kao „leksičkog seta čiji članovi indeksiraju dijelove ili aspekte neke konceptualne ili akcijske cjeline“. Iako Fillmore koristi termin okvira i spaja



↓ Prizor (scene)

↓ Okvir (frame)

Slika 3 Slikovni prikaz Prizora i Scene u internetskom memu

ga s terminom prizora kako bi pobliže predočio i pojasnio kognitivno shvaćanje jezika kao cjeline, u ovome slučaju ću se poslužiti ovom terminologijom kako bih pojasnio strukturu samog internetskog mema. Ako pogledamo vizualnu prezentaciju i primjenu ovih termina na konkretnom primjeru mema termin prizora označava svaki vizualnu formu odnosno mem koji možemo pronaći na internetu, sve njegove elemente koji ga sačinjavaju, dakle tekstualne, fotografske ili druge. Dakle termin prizora u ovome konkretnom slučaju označava samu vizualnu formu mema, dok termin okvira isto kao što je usko vezan terminom prizora u Fillmorovim tekstovima i u ovome se slučaju nalazi neposredno pored (odnosno unutar) samog prizora. Termin okvir obuhvaća skup prethodnih iskustva, znanja, ideja, emocija koje će pomoći prilikom prepoznavanja same tematike mema, ali i prilikom njegovog razumijevanja. Usko su vezani baš kao što je to prikazano na vizualizaciji jer jedan ne može koegzistirati bez drugoga, bez prizora odnosno same vizualne scene ne možemo

<sup>7</sup> Charles Fillmore, *Verbs of Judging: An exercise in Semantic Description*, Holt, Rinehart & Winston Inc., 1971.

<sup>8</sup> Pojam enciklopedijskog znanja temeljan je za područje kognitivne lingvistike te ga tako možemo naći u mnogim djelima kao što je Lakoff (1987.), Lakoff i Johnson (1999.).

<sup>9</sup> Charles J. Fillmore, *On the organisation of Semantic Information in the Lexicon*, Chicago: Chicago Linguistic Society, 1978.

prepoznati konceptualni okvir, a konceptualni okvir bez prizora isto tako ne može postojati u ovome slučaju jer prizor sačinjava vizualnu formu mema.

Dakle prizor na prethodnom konkretnom slučaju sačinjen je od dva vizualno odvojena dijela, tekstualni dio na vrhu „*Me deciding what I'm going to be sad about today:*“, te slikovnog prikaza ženskog lika koji drži papir sa konceptima koji se odnose na depresiju. Iako su ova dva vizualna dijela odvojena zajedno čine cjelinu. Konceptualni okvir se odnosi na prepoznavanje koncepta na koji se odnosi označeni mem; tekstualni dio sadrži jezgru konceptualnog okvira, u ovome slučaju je to riječ *sad* (tužan/tužna), a ta riječ direktno poziva na prepoznavanje niže navedenih koncepta u slikovnom prikazu: *Trauma iz djetinjstva, bankovni račun, mentalno zdravlje, moja težina, itd.* koji potiču na stanje tuge, no sami su i za sebe koncepti i ideje koje se vežu uz stanje tuge. Naravno ovi koncepti kulturno su uvjetovani, što možemo vidjeti i na ovome primjeru, npr. netko tko se nalazi u kulturi u kojoj ne postoje bankovni računi ili sami koncept novca (iako je to danas rijetko) neće osjetiti tugu zbog njegova nedostatka.

## 5. Metaforički jezik u memu

Ovdje bismo u okvirima kognitivne lingvistike mogli sagledati i metaforički jezik koji se koristi u konstrukciji mema. Iako analiza korištenja metafore u konstrukciji i strukturi internetskog mema nije imperativ ovog rada, smatram primjerenim da se ono ipak spomene, upravo zbog značaja za samo područje kognitivne lingvistike, ali i za lakše razumijevanje pojma internetskog mema. Dakle, jedni od najznačajnijih autora kognitivne lingvistike su Lakoff i Johnson koji su postavili moderne okvire proučavanja metafore, ali i metonimije u okvirima kognitivne lingvistike. „Metaphor is principally a way of conceiving

of one thing in terms of another, and its primary function is understanding.“<sup>10</sup>. Dakle, Lakoff i Johnson uvode metaforu u proučavanje kognitivne lingvistike jer smatraju kako čovjek zapravo ne koristi metaforu samo kao izražajni aparat već su metafora isto kao i metonimija u „u prvome redu spoznajni procesi koji se odvijaju na konceptualnoj razini... Ili, metafore su sredstva koja nam omogućuju da razumijemo jednu sferu iskustva s pomoću druge sfere iskustva.“<sup>11</sup>

U ovome ćemo konkretnom slučaju pogledati kako se metafora odnosi na strukturu i na samu konstrukciju mema prije navedenog, no kako bismo to mogli dalje analizirati moramo sagledati još jednu teoriju kognitivne lingvistike, a to je teorija mentalnog prostora koja će nam uvelike pomoći prilikom shvaćanja same metafore, ali isto tako će nam i pomoći kako bismo stvorili shematski prikaz same metafore. Fauconniere je prvi uveo teoriju mentalnih prostora i dalje razvijao tehniku mentalnog mapiranja upravo kako bi približe pridonio shvaćanju i razumijevanju jezičnog ostvaraja i mentalnog shvaćanja metafore, ili bolje rečeno u ovome slučaju kognitivne metafore. „Mentalni prostori su konstantno modificirane kognitivne strukture koje se ostvaraju u stvarnom vremenu u diskursu i skladište se u kratkotrajnom pamćenju govornika.“<sup>12</sup> Ova teorija će nam pomoći kako bismo vizualizirali i doprinijeli shvaćanju ostvarivanja metafore u konstrukciji internetskog mema. Iako je internetski mem sam po sebi striktno vizualna forma, barem se takvima bavi u ovome radu, on na vizualni način ostvaruje metaforički jezik odnosno metaforičko shvaćanje određene ideje, emocije, akcije ili slično. No kako bismo mogli predočiti kako on to zapravo radi morat ćemo sagledati sastavne dijelove metafore kako su ih podijelili Lakoff i Johnson, no fokus ćemo staviti samo na prva dva sastavna dijela, a to su *ishodišna i ciljna domena* kognitivne metafore. Ishodišna domena će u analizi kognitivne metafore označavati nešto fizičko, opipljivo; a ciljna domena na nešto apstraktno, ona će ukazivati na emociju, stanje ili slično, ishodišne domene će upućivati na ciljne, te ćemo ih tako i mapirati.

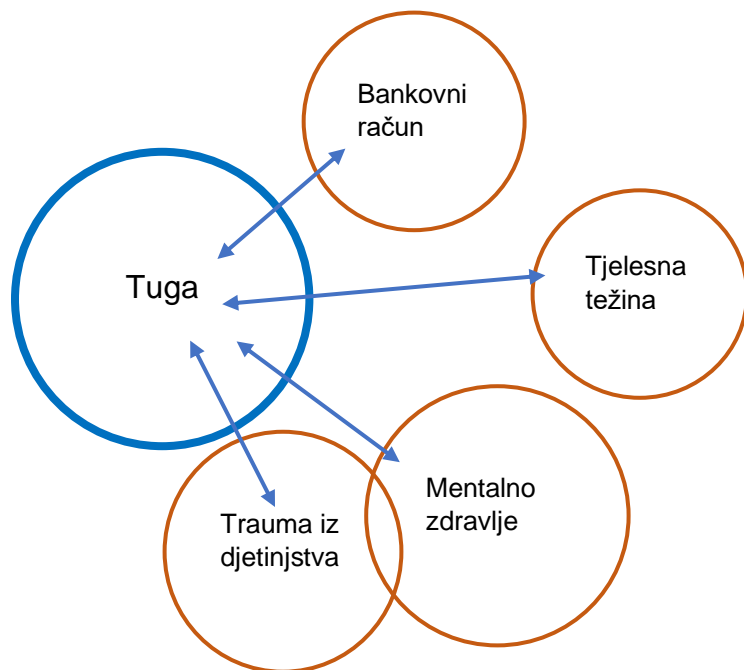
---

<sup>10</sup> George Lakoff; Marko Johnson, *Metaphors We Live By*, University of Chicago Press, 1980.

<sup>11</sup> D. Brozović Rončević; M. Žic Fuchs, *Metafora i metonimija kao poticaj u procesu imenovanja*, FOC, 2003.

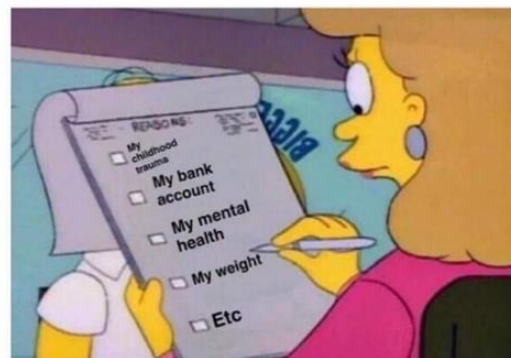
<sup>12</sup> Fauconnier G., *Mental Spaces: Aspects of meaning construction in natural language*, Cambridge: Cambridge University Press, 1994.





Slika 5 Shematski prikaz mapiranja mentalnih prostora

me deciding what I'm going to be sad about today:



Slika 4 Internetski mem na čijem je primjeru prikazana mapa mentalnih prostora

Ishodišne i ciljnu domenu možemo sagledati na gornjem vizualnom prikazu na kojem je plavom bojom prikazana ciljna domena, u ovome slučaju *tuga*, a ishodišne domene su odvojene od nje u svojim zasebnim naizgled nepovezanim mentalnim prostorima. Ovi mentalni prostori ne bi trebali biti povezani, no konstrukcija gore navedenog internetskog mema (vidi sliku 4) poziva na njihovo spajanje ili konceptualnu integraciju<sup>13</sup>. Dakle, putem kanala u ovome slučaju vizualnom internetskog mema, ovi međusobno nepovezani mentalni prostori dolaze u međusobni suodnos. Na razini kognitivne metafore ishodišne domene *bankovni račun*, *tjelesna težina*, *mentalno zdravlje*, *trauma iz djetinjstva* unutar konceptualnog okvira mema pozivaju na prepoznavanje tih koncepata kao nešto što će uzrokovati emociju tuge. Isto tako *mentalno zdravlje* i *trauma iz djetinjstva* su međusobno povezani koncepti, ne spadaju nužno u isti mentalni prostor, no oni se putem konceptualne integracije djelomice spajaju i preklapaju, te sam ih takvima predočio na shematskom prikazu. Naravno podrazumijeva se kako je već i prije navedeno

<sup>13</sup> Mateusz-Milan Stanojević, *Konceptulna metafora: temeljni pojmovi, teorijski pristupi i metode*, Biblioteka Srednje Europe, Zagreb, 2013 - Autor se u svome tekstu nadovezuje na teoriju *mentalnih prostora* (Fauconniere) i na teoriju *konceptualne integracije* (Fauconniere i Turner).

da je za razumijevanje ne samo ovog mema nego i ostalih primjera koje sam i koje ću dalje navoditi, potrebna *iskustvena domena*, određeno kulturno predznanje koje je gledatelju potrebno kako bi uopće konceptualno shvaćanje i integracija bila moguća. Iskustvena domena jest i sama kulturno uvjetovana, jer osoba bez određenog predznanja o ovim konceptima neće posjedovati ostvarene mentalne prostore, pa ih neće, samim time moći povezati u smislenu cjelinu. Iskustvo je u ovome slučaju dio *kulturnog modela* (koji se isto tako kod Lakoffa i Johnsona navodi kao jedan od sastavnih dijelova kognitivne metafore), a kognitivni model je ostvaren time što gledatelj (govornik) aktivno sudjeluje u nekoj kulturnoj zajednici. U ovome slučaju razumijevanju pridonose pripadanje dvjema kulturnim zajednicama: zapadnoj (globaliziranoj) kulturnoj zajednici, te internetskoj mem kulturnoj zajednici (popularni termin koji se još koristi na raznim društvenim mrežama i forumima jest *Meme Society*), no ta zajednici može se i dalje dijeliti na manje subkulturne zajednice ovisno o interesima i vrsti mema koji se produciraju unutar nje.

Ne želim se previše zadržavati na analizi metafore u konstrukciji mema, jer kao što sam naveo, ona nije glavni dio ovog rada, iako je je sastavni dio proučavanja kognitivne lingvistike. No smatram kako će uvelike doprinijeti shvaćanju daljnje kategorizacije mema unutar okvira kognitivne lingvistike.

## 6. Konstrukcija i elementi internetskog mema

Provlačenjem kroz teoriju kognitivne lingvistike naišao sam na nekoliko zanimljivih činjenica o tome na koji se način mogu konstruirati internetski memi (naravno i dalje govorimo striktno o slikovnim memima iako bi se dio ove podjele lako mogao primijeniti i na video meme). Dva glavna konstrukcijska elementa internetskog mema kao vizualne forme jesu *slika* (ilustracija, fotografija) i *tekst*. Slika i tekst mogu u internetskom memu biti u različitom suodnosu, te sam obzirom na taj suodnos ta dva konstrukcijska elementa

došao do podjele na 4 međusobno odvojivih kategorija konstrukcije: *Threading*, *Tagging*, *Reflecting* i *Stripping*. Svaku kategoriju za sebe čini poseban odnos slike i teksta, no ne mogu odmah na početku reći kako su te kategorije jasno odvojive i postoje same za sebe, nego su međusobno povezane te se njihovi elementi mogu pretapati i činiti nove kategorije. Stoga, elementi jedne od kategorije mogu egzistirati u prostoru jedne ili više drugih, te na taj način dolazi do njihovom miješanja i stvaranja nove kategorije koje sam nazvao *Merging*. Dakle, mogli bismo ovdje isto tako iskazati kako je konstrukcija samog internetskog mema modularna, dakle elementi slike i teksta u međusobnom odnosu možemo zamisliti kao module, koji ovisno o konstrukciji čini razne vrste ove vizualne forme. Ako sagledamo i ideju o tome da je „ljudski duh sam po sebi modularan“ odnosno da se sastoji od „ brojnih međusobno specijaliziranih podsastavnica koje obavljaju različite zadaće, kao što je govorenje i pisanje“<sup>14</sup> Na teoriju o modularnosti nadovezao se i sam Chomsky, no on je pojam modularnosti iskazao u okviru ljudske jezične moći.

Dakle, internetski mem sastoji se od dva međusobno povezana elementa, a to su tekst i slika, iako jedna bez druge mogu postojati i dalje se klasificirati kao mem, puno je manje slučajeva u kojima fotografija ili slika postoji sama za sebe bez ikakve tekstualne intervencije. Dok tekst kao takav može samostalno postojati i biti klasificiran kao mem unutar definicije koje sam postavio, on je često preuzet s neke od društvenih mreža u obliku snimke zaslona tako da tekst opet postoji u okviru slikovne forme, stoga opet ne možemo jedno odvojiti od drugoga.

## 6.1. Konstrukcija značenja

Ako ćemo se osvrnuti na prije navedenu teoriju koju sam postavio da se mem sastoji od prizora i okvira, ovdje već možemo polako sagledavati neke od primjera i načina na koji se oni mogu kontruirati. Naime konstrukcija prizora nekog mema, u ovom kontekstu kako ja navodim, jest sama vizualna konstrukcija nekog internetskog mema,

---

<sup>14</sup> Jerry A. Fodor, *The Modularity of Mind*, MIT Press, 1983.



vizualne konstrukcije mema, u kojemu dolazi do spajanja slikovne forme s tekstualnom.

*Slika 6 Primjer internetskog mema; crveni obrub označava prizor, plavi obrub označava okvir značenja*

drugim riječima spajanja teksta i fotografije u jednu vizualnu formu, a značenje će se konstruirati unutar okvira mema.

U ovome primjeru (vidi sliku 6) se radi o *Tagging* vrsti mema, koju ću kasnije detaljnije objasniti, no možemo vidjeti kako smo crvenim obrubom označili prostor

U primjeru *Tagging* vrste mema tekst služi kao alat koji će određene dijelove fotografije

ili slike označiti kao nešto drugo. Stoga, ako sagledamo okvir značenja možemo vidjeti jasan suodnos teksta i fotografije, te konteksta koji međusobno čine. Na prizoru Slike 6 su prikazana dva muškarca koji zajedno drže ruke, a na njihovim rukama su označene „*America in the 1920s*“ na jednoj ruci, „*Me since I was 11*“ na drugoj, te na njihovim spojenim šakama „*Great depression*“. Iako fotografija vjerojatno aludira na antirasizam i ljudsku povezanost, unutar okvira značenja možemo iščitati kako se radi o metaforičkom spajanju dvaju koncepta, velikoj depresiji i ekonomskoj krizi koja je zapala Ameriku u 1920-im godinama nakon kraja prvog svjetskog rata i osobnog stanja depresije pojedinca.

### 6.1.1. Tagging

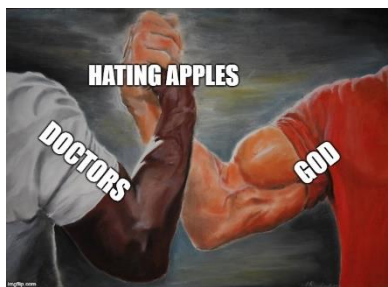
U ovom odjeljku ćemo pobliže analizirati meme koji se koriste Taggingom (Tagiranjem) kako bi postigli određeni efekt ili značenje. Detaljnije ćemo ga sagledati na drugim primjerima, no zanimljivost prilikom sagledavanja i istraživanja internetskih mema jest ta da se u svakom vremenu može pojaviti neka nova fotografija koja ima „memski potencijal“<sup>15</sup>, bilo da je ona preuzeta iz popularne kulture (snimka nekog trenutka TV serije

<sup>15</sup> Pod terminom memski potencijal smatram kvalitetu neke fotografije ili slike da sa ili bez veće tekstualne intervencije može uokviriti neku emociju ili ideju. Memski potencijal imaju fotografije koje se šire velikom brzinom na društvenim mrežama (viralne fotografije).

ili filma, slika iz likovne umjetnosti ili jednostavno neka fotografija koja je preuzeta s društvenih mreža), te različitim intervencijama na njoj fotografija sama po sebi zbog prepoznatljivosti postaje mem. To možemo sagledati na niže navedenim primjerima.



Slika 8 Mem na temu depresije



Slika 9 Mem na temu mržnje prema jabukama



Slika 7 Mem na temu nesposobnosti slušanja

Sagledamo li gore navedena tri primjera istog mema možemo vidjeti kako su oni vizualno slični, ako ne i isti, dakle sastoje se od istog prizora, no unutar okvira se rađaju različita kontekstualna značenja. Prvi mem (Slika 9) smo već analizirali, no ako pogledamo Sliku 8 možemo vidjeti kako su tagirani različiti koncepti od prijašnjeg, dakle na jednoj ruci su tagirani „Doctors“ (doktori kao radnici u medicinskom polju) na jednoj ruci, te koncept „God“ (Bog, boga) na drugoj ruci. Ovaj mem se opet poigrava s našim metaforičkim shvaćanjem jabuka koje su tagirane na spojenim šakama „Hating apples“. Dakle, ako pogledamo malo dublje unutar samog okvira značenja možemo vidjeti kako se mem poigrava s poslovicom „An apple a day keeps the doctor away“ (Jedna jabuka na dan, tjera doktora van) , te pričom iz Biblije u kojoj zmija nagovori Adama i Evu da uzmu djelić jabuke iz zabranjenog vrta nakon koje ih je Bog osudio na smrt. Stoga bismo za razumijevanje ovog mema trebali posjedovati znanje biblijske priče o Adamu i Evi, te posjedovati metaforičko znanje o jabukama kao zdravom jelu.

Na sljedećem se pak primjeru (vidi Sliku 7) značenje konstruira opet na poseban način, primjerice ovaj mem se ne koristi striktno tekстом kako bi tagirao određene koncepte unutar okvira značenja, već se u tome koristi slikovnim elementima. Pa je tako na jednoj ruci tagirana slušalica, u ovom slučaju popularni AirPods tvrtke Apple, a na drugoj gusar koji je dio uvodne špice popularnog crtanog serijala Spužvabob Skockani. Oba koncepta

unutar okvira značenja tagiraju koncept označen na šakama „*I can't hear you*“, dio uvodne špice koji izriče označeni gusar, te nešto što bi rekla osoba koja ima umetnute prije spomenute slušalice u ušima (prvenstveno zato jer se radi o bežičnim slušalicama koje nisu odmah vidljive na osobi). Stoga možemo zaključiti kako bismo na razini prizora mogli dokučiti o čemu se otprilike radi na memu, no ako nemamo predznanje od crtanom filmu i bežičnim slušalicama nećemo moći međusobno povezati te koncepte unutar okvira značenja.



Slika 11 Primjer Tagging mema



Slika 10 Primjer Tagging mema

## 6.1.2. Threading

*Threading* kako sam ga odlučio nazvati ili u hrvatskom prijevodu *Nizanje* isto je zanimljiv način konstrukcije internetskog mema, jer na drugačiji način povezuje tekst i



Slika 12 Primjer Threading mema sa dva okvira značenja.

fotografiju ili sliku.

Za lakše definiranje i razumijevanje ove vrste konstrukcije mema poslužiti ću se vizualnim primjerom (vidi Sliku 10). Dakle *Threading* ili *Nizanje* jest specifičan po tome što se značenje ne konstruira u samom povezivanju teksta i fotografije, već se koristi formom komentara, kako bi već prije konstruiran internetski mem dobio novi kontekst i značenje. Stoga, ako pogledamo malo bliže možemo vidjeti kako je na ilustraciji označeno (vidi sliku 10) da se



radi od jednom prizoru, ili jednom internetskom memu koji je preuzet u obliku fotografije, no unutar kojeg se konstruiraju dva okvira značenja. Prvi, označen plavom bojom označava prvobitni mem koji je bio objavljen negdje na društvenim mrežama (po vizualnoj konstrukciji možemo zaključiti da se radi o Twitteru) i drugi označen ljubičastom bojom koji se u obliku komentara na njega nadovezuje. Ako sagledamo mem unutar plavog okvira, on je konstruiran od tekstualnog djela koji daje značenje fotografiji ispod njega, „*me and my friends getting ready*“, te same fotografije koja je preuzeta iz crtanog serijala, no samo znanje o kojem se točno crtanom seriju radi nam u ovom slučaju nije potrebno za razumijevanje. Mem u plavom okviru isto tako posuđuje od *Tagging* konstrukcije jer su likovi na fotografiji označeni kao *I want to sleep, I want to drink* i *I want to cry*, što će nas asociirati na različite vrste osobnosti koje čovjek može posjedovati, a opet na stanja koja možemo povezati sa stanjem depresije. Dakle, iako prvotni mem može postojati sam za sebe, uz njega se nalazi i komentar koji opet konstruiranom memu daje drugo značenje. U ovom slučaju tekstualni komentar zajedno sa označenom fotografijom iznad njega aludira na stanje depresije pojedinca – „*me and my three personalities getting ready*“, te na stanje disocijativnog poremećaja osobnosti jer poziva ne na tri prijatelja koji se zajedno spremaju za izlazak kao što to čini prvi okvir značenja, već poziva na (moje) tri osobnosti koje se spremaju za izlazak.



Slika 13 Primjer threading mema

Prepoznao sam u *Threadingu* kako se rado o svojevrsnoj konstrukciji šale, prvobitni okvir značenja iliti prvi mem u ovom formatu služi kao *setup*, ili postavljanje pojedine situacije, dok se komentar na ovaj prvi koristi kao poanta ili *punchline*.

U ova dva slučaja ( Slika 12 i Slika 11) možemo vidjeti na koje načine se *Threading* može manifestirati na društvenim mrežama. Primjer slike 12 je postavljanje fotografije te

pozivanje na dodavanje konteksta izjavom „*caption this*“ dakle opet slično kao u konstrukciji vica, samo objavljivanje fotografije služi kao *setup* dok se komentar na fotografiju nadovezuje ne samo kako bi ju kontekstualizirao već i kako bi služio kao svojevrsni *punchline*.

### 6.1.3. Reflecting

Odabrao sam *Reflecting* kao zasebnu kategoriju konstrukcije internetskog mema kojemu je ključni koncept posvojna zamjenica Ja (eng. Me) koji u okviru značenja



Slika 15 Primjer *Reflecting* mema koji u svojoj konstrukciji koristi posvojnu zamjenicu Ja (eng. Me)

if you don't do this in the mirror after a breakdown, you didn't really have a breakdown



Slika 14 Primjer *threading* mema

korisnika direktno poziva na poistovjećivanje sa memom. Naravno, ovdje ću naglasiti kako i ostale forme konstrukcije mema isto tako korisnika direktno pozivaju na poistovjećivanje unutar okvira značenja (ako taj korisnik posjeduje potrebno predznanje za razumijevanje samog mema), no ova posebna kategorija to radi direktno putem korištenja posvojnih zamjenica. Najlakše ćemo to sagledati na primjeru (vidi Sliku

13), ako pogledamo prizor možemo vidjeti kako

se konstrukcijski ovaj *Reflecting* mem koristi i elementima *Tagginga*, gdje opet dolazi do spajanja dvije konstrukcijske forme, dakle prizor je formiran od dvije fotografije na kojima su označeni elementi „*me*“ koji direktno označava korisnika ili gledatelja da se poistovjeti s označenom osobom, emocijom, predmetom ili stanjem i u ovom slučaju jezero kao „*the*



*big sad*“ koje poziva na padanje u stanje depresije ili stanje velike tuge. U okviru značenja korisnik ili gledatelj se direktno poistovjećuje s prizorom. Za razumijevanje ovog mema nam nije potrebno neko određeno predznanje.

Mom: "you can pick out one treat while we're at the store"

Me:



Slika 16 Primjer Reflecting mema

Još jedan primjer koji možemo sagledati za razumijevanje *Reflecting* mema jest prikazan na Slici 14 na kojem je prikazana klasična konstrukcija mema sa tekstom i fotografijom na kojoj je prizor postavljen kao dijalog. U prvom dijelu označena je majka sa dijelom dijaloga „*You can pick out one treat while we're at the store*“ (Možeš izabrati jednu poslasticu dok smo u dućanu), dok je u

drugom dijelu posvojom zamjenicom Ja (Me) označen sami korisnik odnosno gledatelj mema, a posvojna zamjenica u ovom slučaju označava fotografiju na kojoj se nalazi Clorox (Američki brand tekstilnih izbjeljivača). Naravno, ako pogledamo unutar okvira značenja fotografija ne aludira na činjenicu da bi se korisnik trebao poistovjetiti s izbjeljivačem rublja, nego na to da se metaforički izbjeljivač koristi kao sredstvo za počinuti samoubojstvo – ergo na depresivno stanje korisnika.

Me getting ready to go out with friends because I promised them I'd go but I really don't feel like it



Slika 17 Primjer Reflecting mema

Me: \*notices the smallest difference in how a person is texting me\*

Me:



Slika 18 Primjer Reflecting mema



Ayeshay  
@champagne\_lassi

Doctor: just put a band aid where it hurts?

Me:



Slika 19 Primjer Reflecting mema

#### 6.1.4. Stripping i Merging

Ova kategorija konstrukcije internetskog mema također je specifična prema tome kako vizualno konstruira prizor mema, pa i samim time kako se okvir značenja formira unutar tog prizora.

*Stripping* (Stripanje) sam odabrao kao naziv jer se ova kategorija u svojoj konstrukciji koristi standardnom metodom formiranja crtanog stripa, spajanje dvije ili više međusobno povezanih sličica u logičan slijed čitanja. Tako u internetskom memu strip može biti konstruiran od više fotografija ili ilustracija. Kao što sam prije već nagovijestio



Slika 20 Primjer Stripping internetskog mema

osnovni element konstrukcije internetskog mema – fotografija i tekst mogu biti međusobno povezani na razne načine, prema načinu povezanosti podijelio sam ih u pet kategorija: *Tagging*, *Threading*, *Reflecting*, *Stripping* i *Illustrating*. No, već sam i prije na nekim primjerima dao naslutiti kako prilikom konstrukcije može doći do spajanja dvije ili čak i više kategorija, pa sam prema tome odlučio dodati još jednu – *Merging*. Ovdje primjer koji sam naveo za *Stripping* (vidi Sliku 15) jest zapravo primjer stapanja ili integracije triju kategorija konstrukcije: *Stripping*, *Tagging* i *Reflecting*. Kao što sam naveo na početku ovog odjeljka ova forma internetskog mema koristi se formom konstrukcije koju posuđuje od crtanog stripa, iako se mem u više slučajeva koristi fotografijom ili

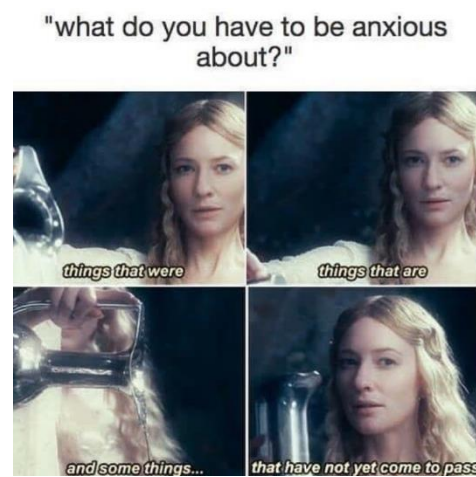
isječkom iz nekog crtanog filma (kao što je to na primjeru Slike 15), filma ili serije. Ako sagledamo iznad navedeni primjer *Stripping* mema vidjet ćemo kako su dvije fotografije od kojih je sastavljen njegov prizor logično povezane jer obuhvaćaju jednu scenu iz crtanog filma zajedno sa titlovima ispod koji prenose dijelove dijaloga. No, na samom memu možemo sagledati i označene likove: prvi „*Me, trying to sleep*“ koji će se u ovom slučaju odnositi na korisnika, gledatelja, a samim tim činom će se koristiti i posvojnomo zamjenicom Ja (Me) kako bi pozvao na prepoznavanje, pa ćemo prema tome taj element prepisati *reflecting* tipu mema. Drugi lik „*Depression*“ odnosi se na gledateljevo stanje depresije; u prvom kadru ovog mema prvi se lik obraća drugome sa „*You have a lot of nerve coming in here*“, dok u drugom kadru drugi lik označen sa „*Depression*“ prvome odgovara sam „*You have a lot of nerve being alive*“ što će gledatelja u metaforičkom smislu asociirati na želju za samoubojstvom.



Slika 23 Primjer Merging mema, spajanje *Stripping* i *Tagging* elemenata



Slika 22 Primjer Merging mema, spajanje *Stripping* i *Tagging* elemenata



Slika 21 Primjer *Stripping* mema

Na navedenim primjerima iznad možemo vidjeti kako se spajanjem određenih elemenata iz pojedine kategorije mogu stvoriti nove, no *Merging* kategoriju također je jednostavno

za prepoznati ako na umu imamo elemente iz pojedinih kategorija. Tako možemo na primjeru (vidi Sliku 21) odmah prepoznati da se radi o spajanju *Stripping* i *Tagging* elemenata, dakle radi se o međusobnom povezivanju, u ovom slučaju dvije ilustrirane slike, te u prvoj dva tekstom označena gumba. Isti slučaj jest i u primjeru pored (vidi Sliku 20), gdje se radi o isječku iz popularnog crtanog serijala *The Simpsons*, te o tekstualnim intervencijama označavanja elemenata na njima.



Slika 25 Primjer Merging mema, spajanje elemenata *Tagging* i *Reflecting*



Slika 24 Primjer Merging mema u kojem se spajaju elementi *Tagging* i *Reflecting*

## 7. Zaključak

Kroz istraživanje, samo prikupljanje građe koja se analizira, te prilikom analizu kroz kognitivno lingvističku teoriju, došao sam do zaključka da je Internetski mem kao vizualna forma zanimljiv fenomen čijem se istraživanju može pristupiti iz više različitih kuta. No, možemo i zaključiti kako kognitivno lingvistička teorija isto može poslužiti kao alat za istraživanje ne samo jezičnih konstrukcija, za istraživanje metaforičkog i metonimijskog jezika, već i za analizu i istraživanje vizualnih formi komunikacije. Internetski memi danas su široko rasprostranjeni, produciraju se u velikim količinama i šire se ogromnom brzinom, tako da postoji i mjesto gdje, zbog naglog širenja i evolucije ove forme, klasifikacija izvedena u ovom radu neće u budućnosti biti održiva. Naglasak u ovome radu stavljen je na trenutne trendove u produkciji Internetskih mema, te smatram kako se oni neće toliko brzo mijenjati u svojoj konstrukciji i vizualnoj predodžbi, već će se mijenjati njihova aktualna tematika, ovisno o smjeru razvoja kulture i društva.



## 8. Literatura

Richard Dawkins, *The selfish gene*, Oxford University Press, 1976.

Noam Chomsky, *Aspects of the Theory of Syntax*, MIT Press, 1965.

Charles Fillmore, *Verbs of Judging: An exercise in Semantic Description*, Holt, Rinehart & Winston Inc., 1971.

Charles J. Fillmore, *On the organisation of Semantic Information in the Lexicon*, Chicago: Chicago Linguistic Society, 1978.

George Lakoff; Marko Johnson, *Metaphors We Live By*, University of Chicago Press, 1980.

D. Brozović Rončević; M. Žic Fuchs, *Metafora i metonimija kao poticaj u procesu imenovanja*, FOC, 2003.

Fauconnier G., *Mental Spaces: Aspects of meaning construction in natural language*, Cambridge: Cambridge University Press, 1994.

Mateusz-Milan Stanojević, *Konceptulna metafora: temeljni pojmovi, teorijski pristupi i metode*, Biblioteka Srednje Europe, Zagreb, 2013

Jerry A. Fodor, *The Modularity of Mind*, MIT Press, 1983.

Vanja Borš, *Memska epidemiologija – integralni (holonski) pristup*, Soc. Ekol. Zagreb, Vol. 20, No.3, 2011.

Klaus-Uwe Panther, Linda L.Thornburg, *Metaphor and Metonymy in Language and Thought: A Cognitive Linguistic Approach*, Review paper UDC, May 31, 2017.

Evans, Vyvyan, and Melanie Green. *Cognitive linguistics: An introduction*. Routledge, 2018

Perak, B. (2019). The role of the metonymy and metaphor in the conceptualization of NATION. An emergent ontological analysis of syntactic-semantic constructions. In *Metaphors in the Discourse of the National*. John Benjamins.

### Izvori

Bullingham, Liam i Vasconcelos C. Ana (2013): The presentation of self in the online world: Goffman and the study of online identities, *Journal of Information Science*, 39 (1): 101-112,

<http://jis.sagepub.com/content/39/1/101.full.pdf+html>

<https://www.merriam-webster.com/dictionary/blog>

[https://www.instagram.com/depression\\_memes\\_irl/](https://www.instagram.com/depression_memes_irl/)

<https://www.instagram.com/justdepressionmemes/>

### **Prilozi**

Repozitorij Internetskih mema na čijem je uzorku rađeno istraživanje:

[https://drive.google.com/drive/u/2/folders/1tfVwKx3X2HbIN9p0qZbs\\_93nEgJSxale](https://drive.google.com/drive/u/2/folders/1tfVwKx3X2HbIN9p0qZbs_93nEgJSxale)