

Mem kao kreativni komentar društvene stvarnosti

Lukić, Tihana

Master's thesis / Diplomski rad

2023

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:186:643278>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-12-01**



Repository / Repozitorij:

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



**SVEUČILIŠTE U RIJECI
FILOZOFSKI FAKULTET**

Tihana Lukić

**Mem kao kreativni komentar društvene
stvarnosti**

(DIPLOMSKI RAD)

Rijeka, 2023.

SVEUČILIŠTE U RIJECI
FILOZOFSKI FAKULTET
Odsjek za kroatistiku

Tihana Lukić
Matični broj:

Mem kao kreativni komentar društvene stvarnosti

DIPLOMSKI RAD

Diplomski studij: Hrvatski jezik i književnost

Mentor: doc. dr. sc. Cecilija Jurčić Katunar

Rijeka, 20. rujna 2023.

IZJAVA

Kojom izjavljujem da sam diplomski rad naslova *Mem kao kreativni komentar društvene stvarnosti* izradio/la samostalno pod mentorstvom doc. dr. sc. Cecilije Jurčić Katunar.

U radu sam primijenio/la metodologiju znanstvenoistraživačkoga rada i koristio/la literaturu koja je navedena na kraju diplomskoga rada. Tuđe spoznaje, stavove, zaključke, teorije i zakonitosti koje sam izravno ili parafrazirajući naveo/la u diplomskom radu na uobičajen način citirao/la sam i povezo/la s korištenim bibliografskim jedinicama.

Student/studentica

Tihana Lukić

Potpis

SADRŽAJ

1. UVOD.....	1
2. O memu uvodno.....	2
3. Mem – autori, recipijenti i kanali prenošenja.....	5
4. Mem kao suvremeni vic.....	9
5. Funkcije mema.....	12
6. Mem kao društveni komentar.....	14
6.1. Mem kao duhoviti komentar svakodnevice.....	20
7. Struktura mema.....	33
8. ZAKLJUČAK.....	54
9. POPIS LITERATURE.....	56
10. Izvori.....	58
11. Sažetak i ključne riječi.....	59
12. Naslov i ključne riječi.....	60

1. UVOD

Tema ovog diplomskog rada je mem kao kreativni komentar društvene stvarnosti. Internet i društvene mreže svojstvene su dobu u kojem živimo te ih je vrlo teško pa čak i nemoguće izbjeći. Društvene mreže služe kao određeni odmak od stvarnosti te korisnicima omogućuju da budu „slobodniji“ i da izražavaju svoja mišljenja kakva god ona bila. Mem kao slika koja je najčešće popraćena određenim tekstom upravo omogućuje izražavanje svojega mišljenja ili kritike kroz humor s kojim se korisnici društvenih mreža mogu poistovjetiti. U radu su prikazani memi preuzeti s interneta, odnosno većinom s društvenih mreža *Whatsapp*, *Facebook*, *Instagram* te *Twitter*. Oni su poredani prema korištenim teorijskim postavkama te se tiču raznih društvenih zbivanja, bili oni dio svakodnevice ili sasvim suprotno. U radu je fokus upravo na autorstvu mema, na mediju kojim se mem širi, njegovim funkcijama i strukturi te humorom koji je u njemu zastupljen – zašto ga shvaćamo modernim vicom. Korištene su postavke iz literature o tipovima humora koji se mogu javiti, a koji bi bili svojstveni za ponuđene primjere mema. Ovu sam temu odabrala upravo iz razloga što smatram da je vrlo zanimljivo kroz spoj slikovnih i tekstualnih prikaza promatrati na koji se način ljudi nose s kriznim vremenima ili samo svakodnevnim događajima te koje su sve strategije kojima se izaziva humor. Smatram da su kreatori mema vrlo pažljivi pri odabiru slika koje će spojiti uz sam tekst te su i oni svojevrsni umjetnici koji ljude zbližavaju humorom. Osim toga, tema mema vrlo je neistražena te s obzirom na brzi razvitak tehnologije, ali i s obzirom na svakodnevne promjene koje donosi popularna kultura koja utječe na sve nas, a ponajprije putem društvenih mreža, ovakva bi tema trebala biti istražena i lako dostupna svima.

2. O memu uvodno

„Meme (izgovor: mim), na hrvatskom mem, derivat je grčke riječi mimesis, što znači oponašanje“ (Popović 2018: 26). Memi se prenose putem medija i tako svakodnevno dopiru do različitih društvenih skupina koje ih interpretiraju na svoj način, odbacuju ih, prihvaćaju ili prerađuju. Sve to ovisi o svakodnevnom životnom iskustvu, obitelji, obrazovanju, kulturnim konvencijama, tradiciji, geografskom području, spolu, dobi, vjerskoj i političkoj opredijeljenosti, rasnoj pripadnosti itd. (Labaš, Mihovilović 2011: 120). Internetski se memi većinom pojavljuju kao humoristična sličica koja izruguje neku osobu, radnju ili pojavu te je često popraćena tekstom koji dodatno izaziva humoristični efekt (Popović 2018: 27). Patrick Davison mem definira kao „dio kulture, obično šala, koja stječe utjecaj *online* prijenosom (Davison 2009: 122).

Memi putuju internetom, najčešće društvenim mrežama te se vrlo brzo šire ovisno o samom memu. Ukoliko je mem prepoznatljiv na svjetskoj razini, primjerice govori o koronavirusu i tekst je pisan engleskim jezikom, takav bi se mem mogao proširiti u sve države svijeta i doći do svake osobe koja na bilo koji način koristi internet. U internetske meme osim slika popraćenih tekstom svrstavamo i šale, videe i njihove kombinacije (npr. *GIF* animacije), ali i ostali viralni sadržaj (primjerice popularne objave *influncera*) (Rušinović 2020: 30). „Memeovi se šire na mikrorazini, ali njihov utjecaj se vidi na makrorazini jer oni utječu na stanje umova, oblike ponašanja i djelovanje socijalnih skupina. To se naročito očituje pojavom platformi poput *Facebooka* ili *Youtubea* koje omogućuju širenje sadržaja od korisnika, za korisnika i putem korisnika“ (Popović 2018: 27).

Što se tiče samog naziva „mem“ bitno je napomenuti da mladi na ovim prostorima ipak prihvaćaju englesku inačicu riječi, odnosno naziv „meme“ u izgovoru „mim“. Hrvatska inačica, odnosno deklinacija riječi „mem“ nije službeno

dogovorena te će se naići na množinu „memi“, ali i „memovi“. Na *Hrvatskom jezičnom portalu*¹ naziv također nije uvršten.

Sam pojam mema dolazi od teoretičara Richarda Dawkinsa koji ga je uveo u znanost o evoluciji. Dawkins mem smatra elementom kulture za koji možemo smatrati da se prenosi negenskim putem, oponašanjem (Dawkins 2005: 11). On mem uspoređuje s genima, ali za razliku od njih mem može putovati s naraštaja na naraštaj te i vodoravno poput virusa za vrijeme epidemije (Dawkins 2005: 12). Susan Blackmore navodi kako oponašanjem jedne osobe nešto prenosimo, a to nešto se može mnogo puta prenijeti dalje te početi voditi vlastiti život. To može biti ideja, uputa, ponašanje ili podatak (Blackmore 2005: 27). Blackmore navodi i primjer prenošenja mema od jedne do druge osobe: „Znači, ako vam prijateljica ispriča neku priču, a vi zapamtite bit te priče i prenesete je nekom drugom, to se računa kao oponašanje. Niste točno oponašali svaku radnju i riječ svoje prijateljice, ali nešto (bit priče) je prešlo s nje na vas, a zatim na nekog drugog. To je 'širi smisao' u kojem moram shvatiti pojam 'oponašanje'“ (Blackmore 2005: 29)

Prema tome sve što se na taj način prenosi je mem. To uključuje sve riječi u našem rječniku, sve priče koje znamo, ali i vještine i navike koje smo preuzeli od drugih ljudi, sve pjesme koje pjevamo i sva pravila kojih se držimo. Svaki od tih mema razvio se na svoj način i ima svoju povijest (Blackmore 2005: 29). *A meme is a replicator of another kind. It is an idea, a thought, or a concept which can be passed between minds. It can be anything from a catchy tune you adopt unwittingly, which you keep humming subconsciously through slogan from a commercial, to intricate and abstract ideas of grand design or the Big Bang. All of these have been passed into your mind from someone else's mind. Memes are often compared to viruses, replicating agents which need a host (carrier) in order to replicate* (Buchel 2012: 18).

¹ Hrvatski jezični portal. URL: <https://hjp.znanje.hr>

Ilija Milosavljević izdvaja karakterne crte, odnosno obilježja internetskih mema:

1. Imitacija – memi reprezentiraju kopiju originala kojeg oponašaju, ali isto tako dodaju nešto sebi svojstveno što nema veze s originalom
2. Kulturna i društvena uvjetovanost – mem je dio kulture, a društvo služi kao određeni prenositelj i kreator smisla samog mema
3. Specifičnost i vidljivost – bez obzira na originalan mem, svi memi s vremenom budu prepoznani kao svojevrsni fenomen
4. Humor i satira – parodira se original koji je baza samog mema, mijenjaju se značenja
5. Jednostavnost – memi imaju vrlo jednostavnu strukturu te time omogućuju da ih skoro svaki pojedinac u društvu i kulturi može promatrati - upravo je to jedan od glavnih razloga zašto su oni toliko popularni
6. Visoka kompaktnost značenja – mem je vrlo jednostavno izražen i nosi mnogo značenja, konotativna i denotativna
7. Kombinacija vizualnog i tekstualnog – mem je stvoren od onog vizualnog (slike koja služi kao određena poruka, odnosno kontekst) te tekstualnog (koje daje određenu konkretnu poruku) (Milosavljević 2011: 11-12).

Zadnja stavka (7.) ipak ne mora uvijek biti vezana za svaki mem. Nekad se memi sastoje samo od slike, nekad samo od teksta. Nekad memi nisu vizualni već mogu postojati samo kao auditivni, nekad su vizualni u obliku videa te je tekst usmeno prenesen ili ga uopće nema.

3. Mem – autori, recipijenti i kanali prenošenja

Poput vica u predinternetsko doba, memu je svojstveno što u većini slučajeva nije moguće utvrditi njihovo autorstvo. Ako su i potpisani, to su neki šaljivi pseudonimi ili korisnička imena iz kojih se ne može iščitati stvarna osoba koja ih je kreirala. Memi su često anonimni pa postupak prenošenja istih ide skoro isto kao i u usmenoj tradiciji, odnosno anoniman je od samoga početka (Predojević 2019: 155). U slučaju mema koji su preuzeti s društvene mreže *Twitter*, odnosno citati pretvoreni u vizualno-tekstualnu poruku (mem), tad znamo koja je bila određena točka iz koje je mem potekao. Većina je autora takvih citata na *Twitteru* ipak anonimna, odnosno „kriju se“ iza pseudonima.



Slika 1 - Facebook

„Ni memovi ne mogu opstati u digitalnom svijetu ako ih internetski korisnici ne prihvate i ne šire dalje zbog čega se autori memova ponašaju slično kao i pučki pisci – stvaraju sadržaj koji je pratiteljima zanimljiv, a to su najčešće univerzalne teme i zajednički interesi“ (Štivčević 2021: 11). Autori, odnosno kreatori mema stoga pomno odabiru sadržaj koji će kreirati, ali isto tako i odabiru recipijenta koji će mem širiti dalje „u život“. Autor mora biti upoznat s kontekstom samog mema kako bi ga stvorio na što zabavniji način i kako bi ga imalo smisla širiti među korisnicima društvenih mreža. Posljedično tome se stvaraju i memi namijenjeni određenoj skupini ljudi (npr. Južnim Slavenima). Isto kao memi u znanosti o evoluciji, internetski memi uvjetovani su okolinom, odnosno dobivaju smisao zavisno od njihove kulturne pozadine iz koje kreator (oponašatelj) dolazi. Vanja Borš tako daje primjer mema koji je vezan za liječenje neke bolesti – ako gledamo

iz perspektive magijskog svjetonazora, mem će biti vezan za odlazak kod lokalnog vrača, a ako se radi o racionalnom svjetonazoru, mem će biti vezan uz odlazak kvalificiranom liječniku u ambulantu (Borš 2011: 296).

U ovome kontekstu možemo spomenuti i *Whatsapp* naljepnice. *Whatsapp* memovi, odnosno naljepnice noviji su dodatak humoru na internetu, a pojavile su se 2018. Nešto kasnije pojavila se i „sestrinska“ aplikacija koja omogućava korisnicima *Whatsappa* da samostalno naprave svoje vlastite naljepnice i dijele ih sa svojim prijateljima. Specifično je upravo to što su vrlo smiješne, nekad su popraćene tekstom, ali nekad i ne te je vrlo teško doći do njih upravo zato što se mogu dijeliti jedino od razgovora do razgovora, nemamo tražilicu za naljepnice koje su privatno napravljene. Autori su anonimni, a ispod svake slike stoje njihova korisnička imena te naziv same naljepnice.



Slika 2 - *Whatsapp*

Ta su korisnička imena često vulgarna te nemaju nekog smisla. Naljepnice podsjećaju upravo na nekadašnji *MSN* koji je isto tako koristio smiješne naljepnice umjesto određene riječi ili slova u samome razgovoru. Ono što je drugačije je ipak to što autori imaju slobodu da naprave što god žele, stave bilo koju sliku i napišu bilo koji tekst. S obzirom na to da su navedene naljepnice privatnog karaktera, nitko ih ne provjerava te se ne brišu zbog političke korektnosti. Osim ismijavanja, primaran cilj ovim naljepnicama upravo je komunikacija između dviju ili više osoba kako bi razgovor teкао što brže i smiješnije bez ikakvih popratnih komentara. Na neki način naljepnice zamjenjuju

ono za što su služili tzv. emotikoni koji se koriste od kada postoje društvene mreže.

Internetski memi se prenose na jednaki način kao i memi u znanosti o evoluciji - osobe do osobe. Oni nastaju u vrijeme digitalnog doba te se način njihova prenošenja prilagodio suvremenu društvu i komuniciranju na društvenim mrežama. Najčešće su to društvene mreže poput *Facebooka*, *Instagrama*, *TikToka*, *Youtubea* te već spomenutog *Whatsappa*. Iako su internetski memi stavke koje postoje samo u digitalnom obliku, oni se prenose i van njega. U verbalnoj komunikaciji ljudi mogu komentirati određeni mem i o njemu raspravljati – zato internetski memi postoje u mrežnom, ali i u usmenom obliku (Predojević 2019: 155). Korisnici interneta koriste mem za izlaganje svojih mišljenja i dodavanje kritika na društvo oko sebe, ali se isto tako vrlo često osvrću na političku aktivnost, vjersku aktivnost te zapravo svega što ih okružuje. Zato su stvaratelji ovakvih mema i svi oni koji ih komentiraju, preuzimaju i komentiraju aktivni pojedinci koji sudjeluju u svojevrsnim društvenim „promjenama“ te raspravljaju o pitanjima o kojima običan čovjek često nije javno raspravljao (Cvitanović 2021: 12).

Korištenje mema rezultiralo je povećanjem zajednica na društvenim mrežama jer pojedinci u takvim zajednicama nalaze nešto zajedničko s ostalim pojedincima, mogu se s njima poistovjetiti te na taj način šire komunikaciju na društvenim mrežama (Cvitanović 2021: 9). Dakle, možemo zaključiti kako su memi sredstvo komuniciranja, ne samo u digitalnom već i u usmenom obliku. Maja Glušac i Ana Mikić Čolić navode kako je potvrđeno da su internetski memi izraz određenih osjećaja poput ljutnje, sreće, uzbuđenja ili reakcije na neki događaj iz svakodnevice (Glušac, Mikić Čolić 2022: 140). Upravo su se zato u vrijeme pandemije 2020. godine širili memi o samome virusu, na području Hrvatske memi koji su nastajali za vrijeme mandata Kolinde Grabar- Kitarović te mnogi drugi koji su vezani za našu svakodnevicu, primjerice odnos starijih prema mlađima i

obratno, studentski život itd. „Termin meme krajem prvog desetljeća 21. stoljeća postao je dio digitalnog jezika, a sada se veže uz brzo širenje slika, videozapisa i izraza (engl. hashtag). U odnosu na „stari” mem, internetski se meme brže širi i transformira, što omogućuje brojne varijacije, veću transparentnost jer su lajkovi, komentari, ali i dijeljenja vidljivi, te komunikaciju s većim brojem ljudi“ (Štivarčić 2021: 10).

Internetski memi mogu godinama putovati među korisnicima te se replicirati. Napomenute su *Whatsapp* naljepnice koje nitko ne kontrolira, odnosno mogu se replicirati bez „straha“ od brisanja ili blokiranja računa s obzirom na to da su svi razgovori vrlo privatni. Ostatak medija, a posebice *Facebook* i *Instagram* ipak su uveli cenzuru koja ne dopušta politički nekorektne meme. Korisnici koji putem medija šire nekorektan politički sadržaj često završe blokirani nekoliko mjeseci na društvenoj mreži ili im se korisnički račun izbriše.

4. Mem kao suvremeni vic

Bez prevelika razmišljanja reći ćemo da je dominantno obilježje mema humorističnost, stoga je mem svojevrsni vic modernog doba, odnosno njime se označava smisao za komično, sposobnost da u određenim situacijama uočavamo njegovu smiješnu stranu u obliku šala, pošalica itd. ² Andre Jolles navodi kako vic svojom vrstom i svojim načinom šaljenja označava određeni narod, skupinu, rasu ili vrijeme iz kojih je proistekao (Jolles 2000: 230). Jolles spominje vic kao jedno, a ponekad i jedino sredstvo koje obuzdava napetost unutar ljudi, ali i izvan njih. „Ukoliko komično ima namjeru razlabaviti napetost, ono se ne suprotstavlja onome što je 'prijekora vrijedno' ili onome što je 'nedostatno', nego onome što je 'strogo'“ (Jolles: 239). Simon Critchley pak viceve shvaća kao simptome društvenog potiskivanja. Drugim riječima, humor otkriva kakve smo osobe, odnosno kakve osobe radije ne bismo bili (Critchley 2007: 22). U vicu uvijek nailazimo na sredstvo za razrješavanje te ćemo ga biti skloni primijeniti gdje god se susretnemo s nečime što sažaljevamo, osuđujemo ili što korimo (Jolles 2000: 236). Critchley navodi kako „pravi“ humor mora mijenjati situaciju i kazivati nam nešto o tome tko smo i o mjestu u kojem živimo, ali nam isto tako možda i pokazuje kako bi se ono moglo promijeniti (Critchley 2007: 21). Humor uvelike ovisi o osobama s kojima smo u svakodnevnoj komunikaciji, odnosno interakciji, a to se posebice odnosi na obitelj ili najbliže prijatelje. Naše slobodno vrijeme i stil života određuju sklonost koju imamo prema pojedinim oblicima humora, stoga humor možemo smatrati kompleksnom društvenom pojavom (Baturina, Relja 2010: 350). Iz ovih tvrdnji može se iščitati činjenica da je humor vrlo individualan te vic, pošalicu, ali i mem neće svatko shvatiti na isti način ili shvatiti uopće.

² humor. *Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje*. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2021. Pristupljeno 15.9.2023. URL: <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=26678>

Kad spominjemo humor i način na koji se širi, odnosno formira, moramo spomenuti i pojmove satire i ironije. „Ironija je najčešće dvosmislena i gotovo obvezatno sumnjičava. Ona se demonstrira riječju, grimasom ili pogledom. Na sva tri načina dobro obavlja svoju ulogu skrivajući žalac iza prividnog mira“ (Hadžić 1998: 13) Naglasak, intonacija, grimasa i izrečena misao vrlo su važne kod ironije te ironičar uvijek „u rukavu“ drži skrivenu primisao kojom će ponovno poentirati misao (Hadžić 1998: 29). Satira se pak odnosi na svojevrsnu urotu humorom koji se bori protiv određenih društvenih slika koje vladaju svijetom (Hadžić 1998: 55). Satira najčešće uzima motiv ljudske taštine, vlasti, moći i nasilja te ih podrugljivo ismijava. (Hadžić 1998: 73). „Satira je poruga s onim što korimo ili čega se gnušamo i što nam je daleko. Ne želimo imati ništa zajedničko s prekorenim, oštro mu se protivimo, otud ga se rješavamo bez sućuti, bez samilosti. Tome nasuprot, ironija se doduše ruga nad onim što korimo, ali mu nije suprotstavljena već osjeća sudioništvo, suosjeća. Zato je za ironiju zajedništvo karakteristična riječ (Jolles 2000: 237).“

Jolles navodi kako je gorka satira ogorčena na predmet o kojem govori, dok je gorka ironija sama po sebi gorka jer u sebi samima pronalazimo ono čemu se drugima rugamo (Jolles 2000: 238). Mnogi se kreatori mema služe upravo ovakvim strategijama kako bi u recipijentu izazvali humoristični efekt. Satira i ironija strategije su koje su i najkomičnije pri kreiranju mema jer kritika i skriveno značenje omogućavaju autoru mema poigravanje sa slikama i samim tekstom. „Mogli bismo reći da humor proizlazi iz nesklada između stvarnog stanja stvari i načina na koji se prikazuju u vicu, između očekivanja i zbilje. Humor iznevjeruje naša očekivanja stvarajući novu zbiljnost, mijenjajući situaciju u kojoj se nalazimo“ (Critchley 2007: 11). Humorom se postavljamo prema našoj vlastitoj zbilji te umanjujemo njene „posljedice“. Memi se humorističnim efektom koji će ostaviti na recipijenta nastoje širiti, to jest „putovati“ društvenim mrežama i replicirati se. Zato humor možemo smatrati određenim oblikom kulturnog znanja

pripadnika određene skupine koji djeluje kao jezični obrambeni mehanizam. Smisao za humor na taj način shvaćamo kao zajednički kod koji pruža osjećaj kulturne osebnosti ili čak superiornosti (Critchley 2007: 70). „Smijeh svakog naroda, pa čak i regija unutar jednog naroda, ima svoje karakterne osobine. Miješanje naroda pridonijelo je da i humor mijenja svoju nacionalnu formulu, i on postaje vedriji ili gorčiji, ovisno od novih genetskih prevaga“ (Hadžić 1998: 50).

5. Funkcije mema

Primarna funkcija mema je humor, odnosno zabava recipijenta koji će shvatiti smisao onoga što se prikazuje i što piše, ali mem isto tako može imati i funkciju informiranja javnosti. Subjekt koji je upoznat s temom koju mem predstavlja služiti će mu kao zabava, a subjekt koji nije upoznat s temom mema može ga shvatiti, odnosno može mu biti od informativne funkcije (Cvitanović 2021: 8). Isto tako, svi koji pokušavaju prevesti iznimno smiješan vic na strani jezika vjerojatno će naići na nerazumijevanje – humor je teško prevoditi, pa je zato teško i prevoditi meme koji su svojstveni samo određenom jeziku, odnosno određenom geografskom području (Critchley 2007: 70). Ali i bez jezične barijere, mem neće biti razumljiv osobama koje se nalaze izvan konteksta u kojem je mem nastao. Primjerice, jedan Dalmatinac teško da će razumjeti mem koji je vezan uz politiku manjeg gradića u središtu Hrvatske.



Slika 3 - Facebook

Ljudi koji su skloni vidjeti smiješnu stranu u nekoj situaciji češće lakše izlaze na kraj s njom te su pod manjim stresom od ljudi koji vide samo crnu stranu onoga što im se događa (Miljković, Rijavec 2020: 10). Napomenuto je kako humor nastaje kao reakcija na sve oko nas, na sve ono što nam se događa i što osjećamo. Zato humor u obliku mema možemo shvatiti kao komentar na društvenu stvarnost oko kreatora i recipijenta samog mema. Iako većina humora u memu ima skrivenu poruku i navodi na porugu ili kritiku, Critchley navodi kako mnogo vrsta humora

pokušava učvrstiti konsenzus i ne pokušava kritizirati uspostavljeni poredak ni promijeniti situaciju u kojoj se nalazimo, već se poigrava postojećim društvenim hijerarhijama na šarmantan, ali blag način (Critchley 2007: 21).

Critchley navodi tri teorije humora prema Johnu Morreallu:

1. Teorija superiornosti – smijemo se kako bi se osjećali superiorni nad drugim ljudima, zbog „iznenadna blaženstva koje potječe od iznenadne predodžbe neke izvrsnosti u nama i to usporedno sa slabostima drugih ili s našom prijašnjom“
2. Teorija olakšanja – smijeh se objašnjava kao oslobađanje potisnute nervozne energije, odnosno energija se oslobađa i prazni kroz smijeh te to donosi ugodu zato što štedi energiju koja bi inače bila utrošena na potiskivanje psihičke aktivnosti
3. Teorija inkongruentnosti – humor proizlazi iz doživljaja nepodudarnosti onoga što znamo ili onoga što očekujemo s onime što se uistinu dogodi u nekom vicu, pošalici itd. (Critchley 2007: 13-14).

Ova podjela, odnosno navedene teorije humora ocrtavaju na koji se način humor primjenjuje u međuljudskim odnosima i društvu. Prva teorija uvelike ovisi o tome gdje živimo, s kime se družimo, kakav je naš životni stil itd. kako bi se mogli usporediti s drugim ljudima i sami sebe na neki način „uzvisiti“. Druga se teorija pak odnosi više na naše psihičko stanje i napetost koju možemo osjećati – humor pomaže kako bi ta napetost nestala. Treća teorija uzrok smijeha vidi u opažanju nesklada ili neslaganja – bit će smiješno sve što je neočekivano i neobično, drugačije od onoga što očekujemo (Vučić Đekić 2020: 285).

Upravo se prema ovim postavkama stvaraju memi. Važno je da se recipijent s njima može poistovjetiti, nasmijati se i na kraju krajeva – širiti ga dalje.

6. Mem kao društveni komentar

Humor u obliku mema zato često susrećemo tijekom događaja u Hrvatskoj, ali i u svijetu koji nisu svojstveni svakidašnjici, primjerice pandemija, rat itd. U vrijeme pandemije koronavirusa na društvenim mrežama mogli smo naići na mnogo vrsta mema, a ponajprije onih koji su ismijavali Stožer civilne zaštite Republike Hrvatske. Pandemija koronavirusa veliki je događaj koji je obilježio cijeli svijet te uveo promjene u način na koji smo navikli živjeti. Ograničenje kretanja, lockdown, obrazovanje na daljinu, posao od kuće, karantena, samoizolacija, socijalna distanca i mjere nacionalnih stožera samo su neke od tema koje su pridonijele ogromnoj produkciji humora, odnosno mema na društvenim mrežama. Ljudi su se našli u novim situacijama te su birali humor kao svojevrsni izlaz iz nje. „U vrijeme izolacije, proizvodnja i distribucija šala putem društvenih mreža odigrala je važnu ulogu upravo u povezivanju i održavanju društvenih interakcija i relacija u izvanrednim okolnostima“ (Popović 2020). Humoristični se sadržaji stoga uspješno šire internetom upravo zato što globalna zajednica traži neki oblik humora kao olakšanje u teškim situacijama, odnosno vremenima (Štivarčić 2021: 14).



Slika 4 - Danas.hr

Primjer prikazuje ministra zdravstva i istaknutog člana stožera koji je svakim danom davao izjave za javnost o koronavirusu i stanju u državi. Fraza „Iduća 2-3

tjedna su ključna“ bila je izgovorena bezbroj puta tijekom same pandemije te su kreatori mema na duhovit način istaknuli apsurdnost situacije.



Slika 5 - Danas.hr

Sljedeći primjeri uzimaju fiktionalne likove poput Crvenkapice i mačka Toma kako bi na humorističan način prikazali pandemiju koronavirusa. Ovakvim se memima iskazuje i frustracija prema ograničenjima koja su zapala ljude u to vrijeme, ali isto tako i strah koji je prolaskom vremena bio sve manji.



Slika 6 - Danas.hr

Osim kritike na ograničenja i nova pravila koja su se pojavila, memi su također kritizirali suludu situaciju koja se zbilila oko najosnovnijih potrepština.

Razlog prenošenja humora putem medija upravo je u tome što on promovira zajedništvo i prijateljstvo, poboljšava komunikaciju te pomaže prilikom suočavanja s teškim životnim situacijama kako se ne bi osjećali sami i kako bi ih uspjeli prevladati (Baturina, Relja 2010: 351). Osim toga, humorom se oslobađaju

kreativni kapaciteti, provociraju se misli, rješavaju se problemi te se prikazuje vizualna maštovitost (Baturina, Relja 2010: 351).

Napomenuto je kako su česte podloge za meme upravo događaji u Hrvatskoj, ali i izvan nje. Često su takvi događaji usko vezani za politiku te kreatori mema iznose svoje (političke) stavove na šaljiv način. Osim politike javlja se i tema društvenog staleža, odnosno odnosa između bogatih i siromašnih koja se često kritizira putem mema. Takvi memi osim razonode iskazuju i dijele svoje mišljenje s publikom, odnosno recipijentima, ali na jedan širokoj masi prihvatljiv i blizak način.



Slika 7 - Reddit

Gradnjom Pelješčkoga mosta stvoreni su mnogi meme koji su se odnosili na gubitak novaca koji će zapasti grad u Bosni i Hercegovini.



Slika 8 - Reddit

Odnosi među političarima česte su podloge mema upravo zato jer su oni konstantno „u očima“ javnosti. U primjeru ovoga mema Pelješki se most koji je „problem“ sam za sebe povezuje s „problemom“ odnosa među političarima. Bitan je kontekst koji recipijent mora znati kako bi shvatio poantu mema. „Mnoga istraživanja pokazuju kako širenje humorističnih objava vezanih za politiku pomaže pri širenju svijesti o aktualnim političkim događanjima, kao i educiranju korisnika interneta o navedenim političkim događajima. Radi aktivnog djelovanja i iznošenja mišljenja korisnika interneta pri izradi političkih mema, memi imaju veći utjecaj na ostale korisnike“ (Cvitanović 2021: 14). Teorija superiornosti nerijetko je viđena u internetskim memima te se njome ismijavaju određene osobe iz javnosti. Ismijavaju se političari ili ljudi koji su na vlasti te se upravo takvim memima kreatori i recipijenti mogu osjećati „uzvišenijima“ ili superiornijima nad nekom osobom. U sljedećim se primjerima teorija superiornosti ipak uzdigla na „viši“ nivo, odnosno ismijavaju se bogataši koji su 2023. godine u podmornici zaronili u Atlantski ocean kako bi vidjeli ostatke poznatog Titanika. Svijet je nekoliko dana slušao i gledao vijesti kako bi pratio događaje s obzirom na to da je kontakt s podmornicom bio prekinut vrlo skoro nakon što je zaronila. Nakon nekoliko dana javnosti je javljeno kako se dogodila implozija podmornice te su svi u njoj poginuli.



a)

Live view of the Titan
Submersible



b)



the people on that missing titanic
submarine when they "wake up" tomorrow

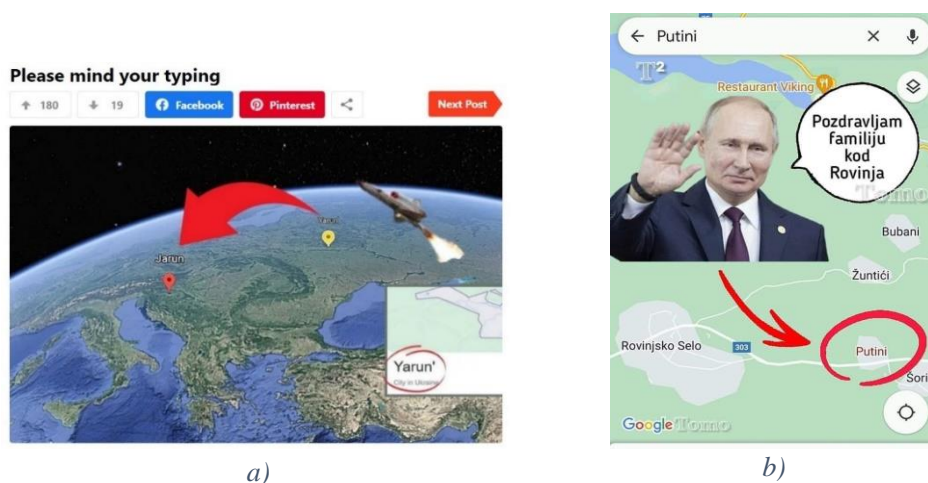


c)

Slika 9 - 9gag

Mem se koristi fikcionalnim likovima koji asociraju na one prave kako bi se ismijala smrt bogataša u podmornici. Kroz ovakav se tip humora, svojevrsnom groteskom izražava upravo negodovanje zbog razlike između bogatih i siromašnih.

Nadalje, u ožujku 2022. godine u Zagrebu se srušila bespilotna letjelica. Kreatori mema poigrali su se s događajem te stvorili meme koji služe isključivo kao zabava, za određenu razbibrigu – možemo reći da su na taj način smirili i šok koji su ljudi doživjeli. S obzirom na to da još uvijek traje rat između Ukrajine i Rusije, javnost je pomislila da je to svojevrsno upozorenje za Hrvatsku. Kreatori mema humoristično su odgovorili na brige javnosti.



mišo upravlja dronom. ❤️
Translate Tweet



c)

Slika 10 - Nacional

Neki su pak otišli dalje od samog Putina te su kao upravljača bespilotne letjelice stavili Mišu Kovača. Njegovo podizanje ruku označava svojevrsnu „moć“ koju on ima (ako u obzir uzmemo njegove koncerte i vrlo glasno pjevanje publike tijekom dizanja ruku), a u ovome slučaju označava moć podizanja i kontroliranja i drona, odnosno bespilotne letjelice.

Rat koji se događa između Ukrajine i Rusije također je potaknuo kreatore mema da stvore nešto što bi u tom crnom razdoblju ipak bilo zabavno. Primjeri (slika 16. i 17.) prikazuju prvenstveno odnos koji javnost ima prema samom Putinu kao agresoru koji napada Ukrajinu. Humorom javnost iskazuje svoje mišljenje, odnosno u ovom slučaju negodovanje za događaje koji su zadesili Ukrajinu. Humor na taj način služi kao prenositelj mišljenja većine javnosti, ali isto tako služi kao sredstvo zabave u nešto „mračnijim“ vremenima. Kreiranjem mema i dijeljenjem istih ljudi potiskuju negativnost koja dolazi od samih događaja. U navedenim primjerima mema možemo primijetiti teoriju olakšanja, odnosno teoriju u kojoj se oslobađa ta potisnuta negativna energija s obzirom na to da je uvijek lakše sve prebroditi kroz humor i kroz suosjećanje s drugim ljudima.



a)



b)

Slika 11 - Folder.hr

6.1. Mem kao duhoviti komentar svakodnevice

Cilj je mema nasmijati osobe koje se s istima mogu poistovjetiti ili čija im je tematika vrlo bliska. Za razliku od popularnih svjetskih mrežnih stranica koje svakim danom objavljuju meme koji su univerzalnoga karaktera s kojima se može poistovjetiti svaki pojedinac na svijetu, memi na mrežnim stranicama južnoslavenskog areala ipak uspostavljaju odnos s tradicijskom kulturom te ih pojedinci izvan tog geografskog područja neće razumjeti (Predojević 2019: 153). Funkcija takvih mema zblizavanje je određenih manjih zajednica.

Prvenstveno se možemo osvrnuti na meme preuzete s Facebook stranice „Hrvatske tragedije“. Svaka slika uz tekst ima i „hashtag“ koji glasi „#croatiantragedies“. Sam naziv stranice „Hrvatske tragedije“ i mema koji se na nju postavljaju u kontrastu su te prikazuju ironiju. Sugerira se da recipijent shvati da se ismijava razmišljanje Hrvata i ostatka Balkana (prostora bivše Jugoslavije). Takvi se memi često svode na malograđanski mentalitet, odnosno provocira se tradicija koja je ustaljena na našim prostorima.



a)



b)

Slika 12 - Facebook

Primjeri prikazuju temu koja je svojstvena čitavom Balkanu te se dotiče određene „tradicije“, u ovom slučaju to su svadbe. Tekstovi su vrlo smiješni svima onima koji znaju kako hrvatske, odnosno balkanske svadbe funkcioniraju. To su često vremena u kojima se pokazuje materijalna vrijednost koju posjedujemo. Humoristični efekt upravo se izaziva na način da se spajaju slika i tekst koji su povezani jedan s drugim, ali i zato što se ismijava tradicija koja nam je vrlo poznata – na neki se način upućuje pažnja na to koliko je smiješno brinuti o takvim

stvarima. U primjeru ovih mema možemo prepoznati ironiju. Ironija za sobom uvijek ostavi makar mali trag humornog „pogleda na predmet“. Ovdje ironiju možemo prepoznati zbog tragikomike, odnosno spoja suza i smijeha, kolebljivosti da se prihvati jedno ili drugo (Hadžić 1998: 15).



Slika 13 - Facebook

Kako bi se razumjela poanta ovog mema, moramo biti svjesni razmišljanja hrvatskog, odnosno balkanskog naroda – bitna je zemlja porijekla. Ponovno se ismijava mentalitet koji naš narod ima o tome što je dobro, a što nije dobro. Na isti je način konstruiran i „KUPIO JE AUTOMATIK“ mem. „SVE JE PUNO LEŽEĆIH POLICAJACA“ – još jedna hrvatska tragedija koja se čita između redaka.

„Hrvatske tragedije“ preuzimaju fotografije starijih osoba te na njih stavljaju tekst koji često upućuje na to kako naši stari sad razmišljaju, odnosno kako se naši stari još uvijek drže svoje tradicije i navika te ne shvaćaju mlade. Ismijava se njihovo razmišljanje i komentari te je ciljana skupina recipijentata ona mlađa koja nema takvo razmišljanje, ali im je ono vrlo poznato. Možemo zapravo spomenuti taj međugeneracijski sraz, odnosno odnos između onog tradicionalnog i suvremenog.



Slika 14 - Facebook



a)



b)



c)



d)



e)



f)



g)



h)



i)

Slika 15 - Facebook

Kao što je vidljivo iz primjera, najčešće su stariji povezivani s kritiziranjem mlađih, odnosno onoga što mlađi jedu ili ne jedu. Na fotografijama stariji ljudi svojim facijalnim ekspresijama ili gestama pokazuju svoje nezadovoljstvo, a s čime su nezadovoljni pokazuje upravo popratni tekst. Neprihvatanje „odabira“ mlađih u ovom slučaju izaziva humoristični efekt. Nezadovoljstvo starijih osoba upućuje na očekivanja koja su nešto zastarjela, odnosno malograđanski mentalitet koji će se vrlo teško iskorijeniti. Funkcija ovakvih mema ismijati je taj mentalitet i dati ljudima na razmišljanje o tome gdje živimo i na koji način razmišljamo. Uz navedeno možemo povezati i društvena očekivanja.

Sljedeći primjeri prikazuju osobe koje ponovno svojim facijalnim ekspresijama i gestama tijela prikazuju svoje nezadovoljstvo. Sve su slike svojevrsne tragedije - prikazuju se neispunjena društvena očekivanja koja su zapravo i sam kontekst mema. Slike izazivaju humoristični efekt jer se ljudi mogu poistovjetiti s istima te se na taj način događa i svojevrsno emocionalno rasterećenje. Ovakvim se memima pokušava i poručiti kako su neka očekivanja ili brige ipak nevažne te su predmet ismijavanja. Tradicija koja se ustalila i u društvenim očekivanjima vrlo će se teško iskorijeniti.



Slika 16 - Facebook

Navedeni se memi mogu shvatiti kao oni koji su kreirani samo za zabavu, odnosno razbibrigu, ali isto tako i kritiku. To je ono što izaziva taj tragikomični efekt u recipijentu koji mem može shvatiti na više načina.

Česti su i memi koji kritiziraju društvenu stvarnost na području bivše Jugoslavije.



Slika 17 - Facebook

Navedeni primjeri prikazuju tzv. „socijalu“ u kojoj dan danas živimo. Ismijavanje materijalnog dobra seže nešto dalje, odnosno ismijava se socijalna nesređenost naših država koje nisu obnavljale bolnice, a niti zgrade u kojima ljudi žive još od 20. stoljeća. Vidimo sebe u filmu, mi živimo taj film – primjećujemo kritiku i smijeh jer život ne ide na bolje.

Za razliku od apsurdna svakodnevice na prostoru bivše države koji su bliski širokom krugu recipijenata koji se mogu s njima poistovjetiti, memi sličnog karaktera namijenjeni su uskoj skupini ljudi – kroatistima. U primjeru takvih mema možemo primijetiti ismijavanje ne samo književnosti već i jezika koji nije usustavljen - primjeri mema ipak služe kao i svojevrsna razonoda koja recipijenta može nasmijati bez shvaćanja kritike koja se krije u samom memu.



a)

Kad prvi put čitaš Sto godina samoće i pojavi se već treći različiti Aureliano



b)



c)

Slika 18 – Facebook i Instagram



Slika 19 Facebook i Instagram

Navedeni primjeri memova obuhvaćaju stranu i hrvatsku književnost te ju na neki način i kritiziraju. Svaki mem kombinacija je fotografije i teksta te jedino tako dobiva određeni smisao. Primjer mema čiji tekst kaže „Kad si iz Indije i pročitaš opis svoga naroda u Lucidaru:“ ne bi imao smisla bez popratne fotografije Indijca koji pokazuje srednji prst. Mem koji prikazuje čovjeka koji umire te čovjeka koji se predstavlja kao doktor koji može riješiti medicinski problem ismijava kroatističku struku te doktorat kao takav.



Slika 20 – Instagram



Slika 21 - Instagram

Navedeni memi odnose se na gramatiku i pravopise hrvatskoga jezika. Kako bi razumjeli mem o pravopisu Matice hrvatske te Institutovom pravopisu moramo znati njegovu pozadinu, odnosno zašto uopće postoje dva ili više pravopisa te zašto se jezikoslovci ne mogu odlučiti i dogovoriti oko samo jednoga.

Memi na kojima stoje fotografije muškaraca koji šapću ženama o deklinacijama vrlo su slične, odnosno imaju istu shemu. Na fotografijama ženske su osobe nezainteresirane te iz njihovih facijalnih ekspresija vidimo da im ono što je govoreno nije zanimljivo. U pozadini svih navedenih mema krije se kritika kroatističke struke koja prvenstveno nije složna u odlukama. Kao što je već napomenuto, ovi su memi namijenjeni isključivo osobama koje razumiju ono što mem govori kako bi se dobio humoristični efekt. U protivnom, recipijent koji čita mem neće znati o čemu se radi te mem može ili ne mora imati informativnu ulogu.

Funkcije mema raznolike su i ovise o načinu na koji je mem napravljen te o ciljanom recipijentu. Nekima će mem služiti kao čista razonoda i način da se nasmiju dok će neki shvatiti kritiku i porugu koja se krije u samome značenju. Memi uvelike ovise o geografskom području za koji su napravljene. Svjetski poznati događaji bit će prošireniji po društvenim mrežama od onih koji su nešto manji, odnosno koji su vezani za samo jednu skupinu ljudi. Za meme koji su usko vezani za jednu skupinu ljudi, odnosno koji su kulturno specifični potreban je kontekst, zajedničko specifično znanje, a za one univerzalnije ipak nije – primjer

za to upravo su već navedeni primjeri mema o pandemiji. Kulturno specifične meme može svrstati u svojevrsni lokalni humor.

Primjeri za to mogu biti određeni memi koji se ponovno tiču područja Balkana, odnosno bivše Jugoslavije te koje će shvatiti jedino oni koji ovdje žive. Takvi se memi odnose na tradiciju ili svakodnevni način življenja. Osim toga, ovdje pripadaju i memi koji se tiču Odsjeka za kroatistiku na Filozofskom fakultetu u Rijeci. Oni su namijenjeni isključivo profesorima, studentima te i bivšim studentima kroatistike. Van toga, recipijent neće znati zašto je mem smiješan i što on poručuje.

60 godina na Balkanu i u Holivudu



a)



b)

Slika 22 – Facebook

Navedeni primjeri uspoređuju život na Balkanu i u SAD-u te se iz konteksta prikazanih fotografija može zaključiti tko „bolje“ živi. Moglo bi se reći da su ovi memi zapravo tragikomični te upravo zbog toga izazivaju humoristični efekt. Možemo prepoznati svojevrsnu ironiju koja se ovdje predstavlja kao zlatna sredina između tragičnog i komičnog, „ni previše smijeha da je zaboravimo, ni suviše tragična da nas boli“ (Hadžić 1998: 28).

S obzirom na balkansku kulturu ispijanja kave, to je jedna od tema koja je česta među kreatorima balkanskih mema.



Slika 23 - Facebook

Turska kava predstavlja jačinu i gorčinu, a Balkanci je konzumiraju najčešće u svrhu razbuđivanja i dobivanja energije, ali i za ono najvažnije – druženje.



Slika 24 - Facebook

Uz balkansku kulturu ispijanja kave veže se i odlazak gostima. Ispijanje kave i druženje često rezultira komentiranjem najnovijih tračeva, a često su to oni o nama bliskim ljudima, odnosno obitelji.

Već je napomenuto da se većina ljudi iz balkanskih država može poistovjetiti s ovakvim memima jer svi odrastamo u koliko toliko istoj kulturi i prema istoj tradiciji. Pa tako sljedeći memi prikazuju još neke sličnosti.



a)



b)

Mama: Neću zaspati dok ti ne stigneš kući!

Mama kada stignem kući:



c)

Slika 25 - Facebook

Prvi navedeni primjer zapravo poručuje da ne postoji novac za nešto bolje te prikazuje svojevrsnu balkansku inovativnost – snađi se s onime što imaš. Ciljani recipijent za sve meme upravo su ljudi s područja bivše Jugoslavije. Druga slika je izvrstan primjer onoga „moraš to proživjeti da bi razumio“ – ako nisi, mem nema smisla. Posljednja svojim tekstom i slikom prikazuje kontrast. Poistovjećivanje s memima izaziva smijeh, odnosno humor. Ono što je nama poznato je isto tako poznato i drugim osobama iz naše okoline te se s time „lakše“ nosimo.



a)



b)

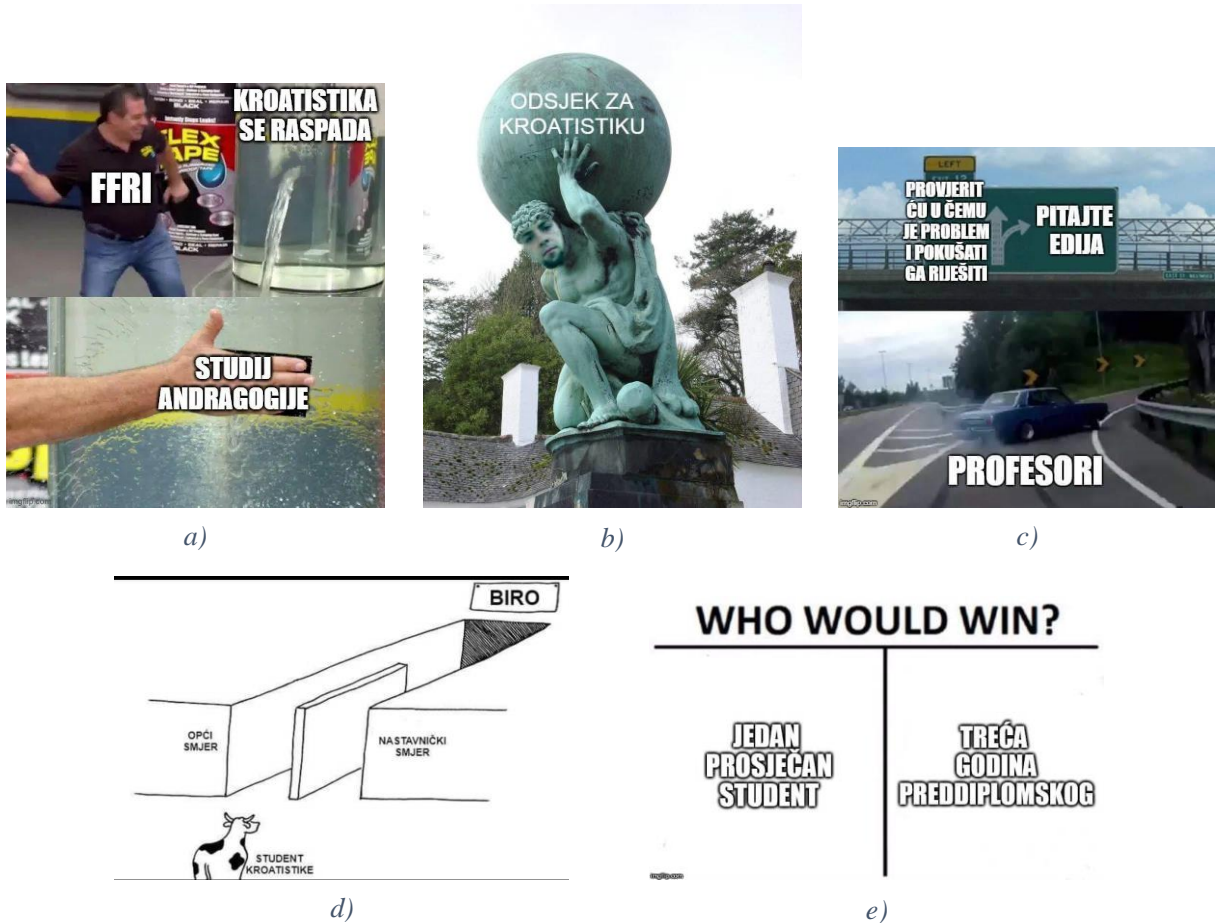


c)

Slika 26 - Facebook

Stanje u državi predmet je ismijavanja koji će shvatiti samo oni koji žive u stvarnosti te države. Posljednja je slika koja prikazuje vlak i traktor primjer teorije humora, odnosno teorije inkongruentnosti – sve što je neuobičajeno i drugačije od onoga što očekujemo vrlo je smiješno, u ovom je slušaju to traktor koji vuče vlak.

Nadalje, možemo se osvrnuti na spomenute meme koji se tiču Odsjeka za kroatistiku. Osim što su vrlo lokalizirani i namijenjeni samo određenom broju ljudi, služe kao razonoda te omogućavaju ostvarivanje postavki u sklopu teorije olakšanja – negativnu energiju koju gajimo prema spomenutom Odsjeku oslobađamo kroz sam humor.



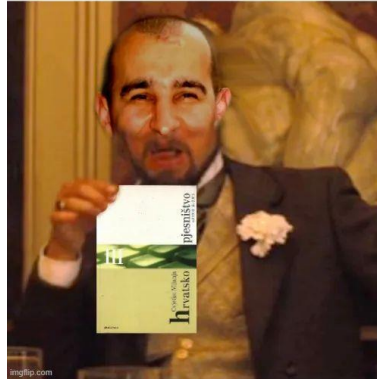
Slika 27 - Facebook

Ovo su memi čiji su recipijenti isključivo studenti hrvatskog jezika i književnosti na Filozofskom fakultetu u Rijeci. Njih neće shvatiti nitko izvan navedenog fakulteta te su namijenjeni studentima i profesorima. Memi su preuzeti s *Facebook* stranice „Kroatist po struci“ koja se specifično bavi Odsjekom za kroatistiku. Kreator mema na humorističan način kroz meme komentira sve nedostatke na samome Odsjeku te omogućuje recipijenta oslobađanje negativne

STUDENTI: Postoji li neka literatura za postmodernu pjesništvo?
SOREL:

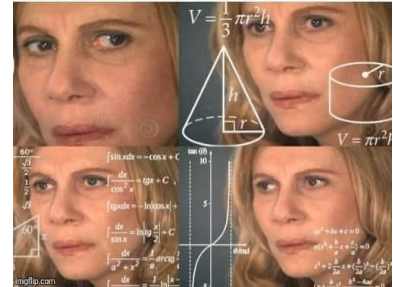


a)



b)

JAKADA POTOČNJAK OBJASNIJAVAZAŠTO JE U NEKOJ PJESMI KONČETO



c)

Slika 28 - Facebook

potisnute energije smijehom. Komentiraju se i novi studiji poput studija andragogije, ismijavaju se profesori i njihovi ispiti itd. Vrlo se često uređuju i same slike te se lica profesora stavljaju na novu podlogu.



a)



b)



c)



d)

Slika 29 - Facebook

Takvi su memi često vezani za ispite ili fraze koje su profesori izrekli, a koje će zauvijek biti zapamćene. Recipijent, kako bi shvatio poantu mema, mora znati tko je profesorica/profesor te mora znati kontekst samog teksta kako bi se dogodilo ono što je u cilju samom kreatoru mema – humoristični efekt. Prezime „Biti“ u memu u ovom se slučaju povezuje sa Shakespeareovim citatom „Biti ili ne biti“ – recipijent mora biti upućen u sam citat kako bi shvatio mem.

Humor služi i kao oblik komunikacije upravo zato jer se memi nalaze na društvenim mrežama na kojima je dozvoljeno dijeljenje i komentiranje ispod svake objave, odnosno slike. Citiranje profesora te dodavanje njihovih fotografija još i dodatno, vizualno, izaziva smijeh u recipijentu. Kao što je već napomenuto, ovakve će stranice i memi privući pažnju jedino onih koji su upoznati s funkcioniranjem Filozofskog fakulteta u Rijeci te samih profesora s Odsjeka za kroatistiku. Pojedinac će uvijek preferirati sadržaje u kojima može pronaći dio vlastitog životnog iskustva te koji potvrđuju njegove stavove, mišljenja itd. Zato su ovi memi popularni tek među kroatistima jer ih pojedinci prepoznaju kao realne i dostojne interpretacije njihove vlastite društvene zbilje (Labaš, Mihovilović 2011: 114). Možemo reći kako ovakav tip humora, to jest mema stvara zajednice koje se osjećaju „superiornijima“ s obzirom na to da znaju kod – značenje koje svatko ne može odgonetnuti.

7. Struktura mema

Mem, kao moderniji oblik humora, možemo shvatiti kroz kratku književnu formu koja je najčešće usmena, a to je vic. Vic u modernijem obliku, odnosno mem prilagođen je komunikaciji na društvenim mrežama - za razliku od tradicionalne forme vica, uz tekst se najčešće dodaje fotografija koja ga dodatno pojašnjava ili služi kao zabavna sličica. Dakle, osnova same strukture mema je slika koja dolazi uz popratni tekst, no napomenuto je kako neki memi ne moraju uopće sadržavati tekst ili sliku kako bi se shvatio kontekst. Slike mogu biti bezgranično različite, formati razni, a često vidamo i one u obliku videa koji se objavljuju na društvenim stranicama *TikTok* i *Instagram*. Ono što im je zajedničko je popularna kultura koja ih spaja. U pravilu, memi se uvijek oslanjaju na popularnu kulturu i njene ikone. Vrlo se često kao inspiracija za meme uzimaju poznate osobe iz javne sfere te isto tako likovi iz crtića itd. kako bi se takvi memi brže proširili po društvenim mrežama. „Humour and the media are such intertwined phenomena that it may be hard to tackle one without resorting to the other. From cartoons and comic strips, through Internet gags and humorous adverts, to sitcoms and funny remarks in editorials and opinion articles, the media do thrive in linguistic manifestations of humour“ (Chovanec Ermida 2012: 1).³

Popularna kultura i njezini izričajni postali su dominantni u odnosu na oblike visoke kulture, ona je postala temelj suvremene kulture (Labaš, Mihovilović 2011: 95). S obzirom na to da je popularna kultura novija pojava u našoj svakodnevnici vrlo ju je teško definirati. Kako bi ju definirali prvo treba odgovoriti na određena pitanja, primjerice što je popularna kultura zapravo, od kuda je potekla i naposljetku „je li to kultura koja stvara narod ili kultura dominantnih struktura koje se njome koriste za ostvarivanje vlastitih ideoloških i materijalnih ciljeva“

³ Humor i mediji toliko su isprepleteni fenomeni da je teško uhvatiti se ukoštac s jednim bez pribjegavanja drugome. Od crtića i stripova, preko internetskih gegova i duhovitih reklama, do sitcoma i smiješnih primjedbi u uvodnicima i člancima mišljenja, mediji su u jezičnim manifestacijama humora.

(Labaš, Mihovilović 2011: 96). Njezini se izričaji prenose masovnim medijima te je ne možemo analizirati odvojeno od njih, ali ju možemo opisivati pomoću njenih osnovnih obilježja, a to su spektakl, pružanje zadovoljstva, društvene promjene, raskid s tradicionalnim normama i vrijednostima itd. (Labaš, Mihovilović 2011: 96). Popularna je kultura običnome čovjeku dala priliku da pokrene vlastitu civilnu akciju, piše o vlastitom viđenju svijeta, da zastupa osobne vrijednosti i interese te posljedično s time nađe istomišljenike kako bi zajedno izrazili otpor prema društvenim pritiscima (Labaš, Mihovilović 2011: 98). Prema teoretičarima populizma popularna kultura je kultura koja dolazi iz naroda, ona djeluje za narod, ona je glas naroda. Tvrde kako su izričaji popularne kulture izrazi vrijednosti, iskustva te interesa običnih ljudi i ne možemo ih proučavati kao nešto što je društveno nametnuto (Labaš, Mihovilović 2011: 100). To je kultura koju uglavnom donose mladi, a dostupna je i namijenjena svima. Ona omogućuje da u njoj uživa običan čovjek koji će stvarati nova značenja i nove izričaje koji će se opirati tradicionalnim vrijednostima i svjetonazorima (Labaš, Mihovilović 2011: 104). Popularnu kulturu upravo zbog toga možemo okarakterizirati kao vrlo kreativnu koja pojedincima dopušta vlastiti izričaj te omogućuje poziv na određene promjene. S druge je strane ona izvor zabavnih, ali vrlo pasivnih sadržaja koji privlače pozornost čovjeka i to u negativnom smislu kao svojevrsno „traćenje vremena“. Osim vlastitog, individualnog izričaja, popularna kultura omogućuje i tvorbu kiča, klišeja te ponekad postaje i oličenje neukusa i vulgarnosti (Labaš, Mihovilović 2011: 104). Popularna se kultura iz tih razloga konstantno mijenja te ona postaje svojevrsno ogledalo suvremenih društvenih trendova i zbilje (Labaš, Mihovilović 2011: 101). Popularna kultura prenosi se internetom i svime što on sadrži, od društvenih mreža nadalje. Ona je razlog zbog kojeg sate i sate provodimo na mobilnim uređajima i *scrollamo* po aplikacijama poput *Facebooka*, *Instagrama* ili *TikToka*. Upravo zbog, koliko toliko ograničene, slobode izričaja kreiraju se slike popraćene tekstovima koje u sebi često kriju nekakvo korenje, ruganje, ismijavanje ili jednostavno nastoje zabaviti ljude kako

bi ih oni dijelili po društvenim mrežama. Svi navedeni elementi popularne kulture sa sobom nose neke asocijacije, konotacije, opća znanja koja dijele svi pripadnici društva te se upravo na to znanje nadovezuje tekstualni dio koji izaziva humoristični efekt.

Sve osobe koje su ušle u popularnu kulturu na ovaj ili onaj način najčešće završe kao svojevrsne „karikature“ na memima. Njihove izjave ili određeni događaji koji su ih stavili u centar popularne kulture nerijetko su teme mema. Javne osobe izložene su oku publike stoga često bivaju na meti ismijavanja i poruge. Šale kreirane „na račun“ ikona popularne kulture (kojoj sve češće pripadaju političari) dobivaju poseban značaj. Svaka osoba je individualna i ima neke svoje prepoznatljive obrasce ponašanja, govora, javnog nastupa. Svaka izjava ili postupak poznate osobe koja odstupa od uobičajenog i ustaljenog obrasca postaje idealna podloga za stvaranje šale, odnosno u ovome kontekstu mema. Za početak može se uzeti politička sfera koja je prilično „omražena“ među običnim društvom, stoga ne izostaju šale koje se odnose na političke skandale, međusobne svađe i izjave na političkim sjednicama.

U slučaju sljedećih mema ismijavaju se ljudi poput Kolinde Grabar-Kitarović, Ive Sanadera, Ivana Pernara te Milana Bandića. Takvi memi služe za čistu razonodu i često nemaju neku skrivenu poruku. Ismijavaju se stvari koje su političari radili kako bi se recipijenti mema mogli zabaviti i nasmijati. „Draž aktualne satiričke riječi je upravo u njenoj konkretnosti i što je osoba na višem stupnju društvene hijerarhije, smijeh je veći“ (Hadžić 1998: 73).



a)



b)

Slika 30 - Facebook

Česti lik u memima upravo je Ivo Sanader. „Uvijek nas netko pokrade“ zapravo je vrlo ironičan mem s obzirom na to da je Sanader taj koji je pokrao državu. No, ovim memom se poziva na brzi zaborav koji vlada u narodu, odnosno prigodno je ne sjećati se nekih stvari te predstavljali iste osobe kao potencijalne spasitelje. Uvijek je netko drugi kriv, a sam lik Sanadera predstavlja korupciju. Ovakvi su memi preuzeti sa stranice „Ćaća se vraća“ čiji naziv aludira na ponovno vraćanje iste osobe ili nekoga tko je vrlo sličan, tko će ljude uvjeriti u domoljublje, a potom ih pokrasti – aludira se na cikličnost, sve se vrti u krug. „Nije u šoldima sve“ te fotografija Sanadera u bojama zastave također je vrlo ironična s obzirom na to da se poziva na domoljublje, Hrvatska je na prvome mjestu, ali ipak je optužen za korupciju. Ujedno, on je prikazan u dresu Hrvatske u pozi navijača pa se time dodatno aludira na njegovu domoljubnu svijest jer se nogomet u ovoj državi izjednačuje s pripadnošću naciji. Sam tekst također je fraza, ali i citat iz pjesme koja je vrlo domoljubna. Možemo reći kako je kreator mema vrlo pomno odabirao fotografije, ali i tekst kako bi se stekla humoristična ironija.



Slika 31 – Narod.hr

Na sljedećem se memu nalazi Ivan Pernar. Recipijent bi trebao biti upućen u sve ono što je Ivan Pernar radio i što trenutno radi te zašto je toliko poznat u Hrvatskoj kako bi shvatio kontekst samog mema. Vidimo fotografiju na kojoj ga iznose van, a to se dešavalo u saboru. Popratni tekst vezujemo uz pjesmu „Moj Ivane“ Marka Perkovića Thompsona te se njima aludira da iza samog Pernara stoji narod koji će mu priteći u pomoć kada zatreba. Pernar je zapravo doživljen kao autentičan predstavnik naroda koji neozbiljnim ponašanjem na takvim mjestima aludira na

to da je sve korumpirano, odnosno njegovo ponašanje u saboru aludira na sabor kao svojevrsni kokošinjac. Fotografije Ivana Pernara i njegova iznošenja iz sabora i danas su teme mema na društvenim mrežama upravo jer je on doživljen poput „lude“, karikature na čiji se račun svi mogu našaliti. Humoristični efekt izaziva fotografija kojoj moramo znati kontekst, ali isto tako i popratni tekst koji dodatno zaokružuje cijeli mem i pridaje mu dublje značenje.



Slika 32 – 9gag

Kolinda Grabar-Kitarović također je česta ikona mema na društvenim mrežama upravo zato što je svoj mandat obilježila brojnim izjavama koje „ne drže vodu“ Memom se ismijavaju sva obećanja koja nisu ostvarena s obzirom na to da predsjednica nije imala velike ovlasti da sve obećano i ostvari. Ljudi vrlo dobro znaju da takve izjave nemaju veze sa stvarnošću te je na taj način i ismijavaju.



a)



b)



c)

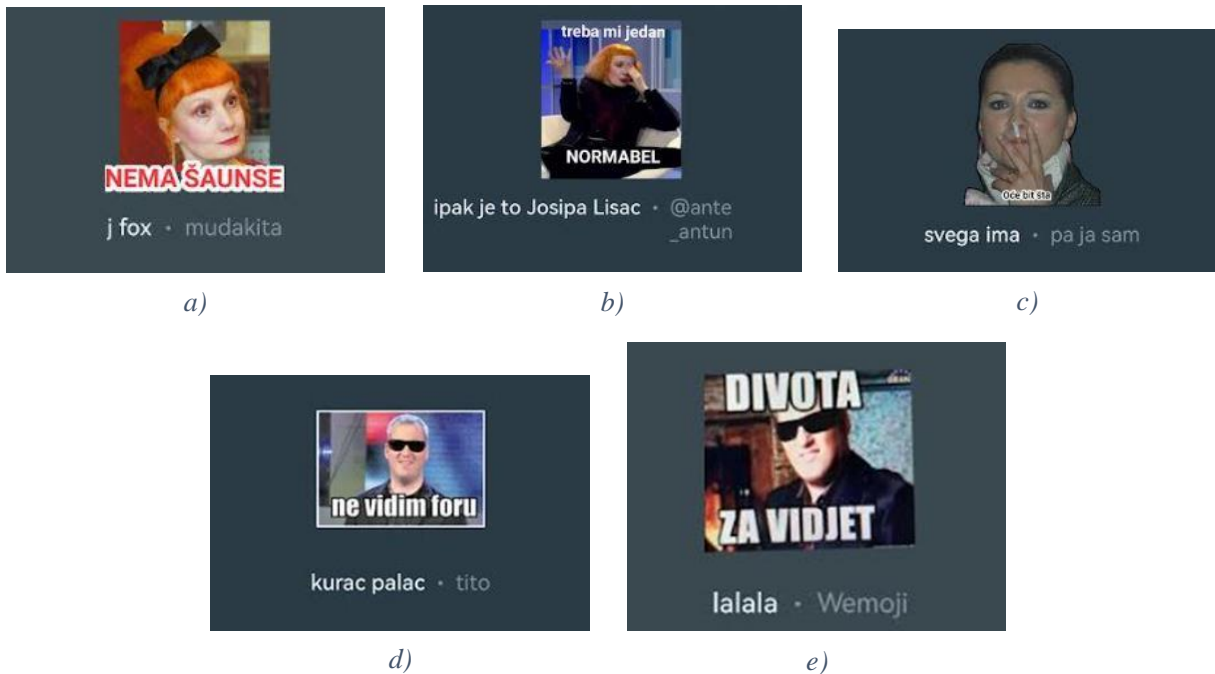
Slika 33 – 24sata.hr

Zagreb je nakon potresa 2020. godine bio materijalno porušen, a na čelu grada nalazio se Milan Bandić. Prvi primjer mema asocira na svojevrsnu dječju igru, vrtićku igru. Obnova grada Zagreb koja je obećana na samo je površinski napravljena, mogli bismo reći estetska. Kao i u slučaju Kolinde Grabar-Kitarović, gradonačelnik je davao obećanja koja u stvarnosti nije ostvario. Nadalje, idući se mem odnosi na fontane kao njegov najveći projekt u Zagrebu na koji su potrošena velika financijska sredstva. Mem ismijava upravo sredstva koja su potrošena za izgradnju istih te se asocira na kupanje u fontanama, a ne u moru – za tu cijenu koja je plaćena bolje je ostati u Zagrebu. Sljedeći mem prikazuje kip na kojega je umetnuta Bandićeva glava – urinira po ljudima i na taj ih način ismijava, „Nemrete mi niš“ u smislu „Ne možete ništa dokazati protiv mene“. Humor se u svim navedenim primjerima postiže upravo uzimanjem ikona iz popularne kulture (političara) te pridodavanjem teksta koji ismijava njihov rad i ono što su oni „postigli“ tijekom svojih mandata. Odabir fotografije koja se koristi mora bit oprezan kako bi tekst mogao biti u svojevrsnom kontrastu s njome.

Na temelju ovih primjera možemo vidjeti da autori koriste različitu strukturu mema za postizanje komičnog učinka. Dok je u nekim slučajevima dovoljna tek fotografija koja sadržajem aludira na ono smiješno što je u poruci, u drugim slučajevima njihovi kreatori posežu za montažnim slijedom fotografija koje svojim ukupnim dojmom šalju konačnu poruku. Isto tako, struktura mema ponekad može nalikovati razglednici čime se dodatno podcrtava satirično – ironijski kontekst jer je upravo razglednica medij popularan na ovim prostorima kojim smo tradicionalno javljali prijateljima i rodbini o znamenitostima lokacije ili mjesta koje smo posjetili što u kontrastu s „aferom“ fontane pridodaje dodatan komični detalj, odnosno efekt. Često se uzima neki isječak iz političke aktualne situacije koja je gledateljima dovoljno prepoznatljiva, primjerice Pernarovo učestalo izbacivanje iz Hrvatskog sabora uz koje najčešće ide poruka

populističkog sadržaja poput citiranja naziva popularne pjesme čime se dodatno ističe ironijski kontekst mema, odnosno poruka koju on šalje.

Memi su generalno dobronamjeren komentar, ali često upućuju na „mane“ koje osoba može imati. To može biti sljepoća, govorna mana itd. Kreatori mema upravo zbog „mana“ koje ljudi imaju uzimaju baš njih kao svojevrsne „karikature“ zabave. Najčešće ovakvi memi idu u prilog poznatim osobama, odnosno ikonama popularne kulture jer oni postaju još poznatiji i slaviji. U sljedećim primjerima dotaknut ćemo se naljepnica na kojima su osobe iz javne scene poput Josipe Lisac, Nine Badrić i mnogih drugih.

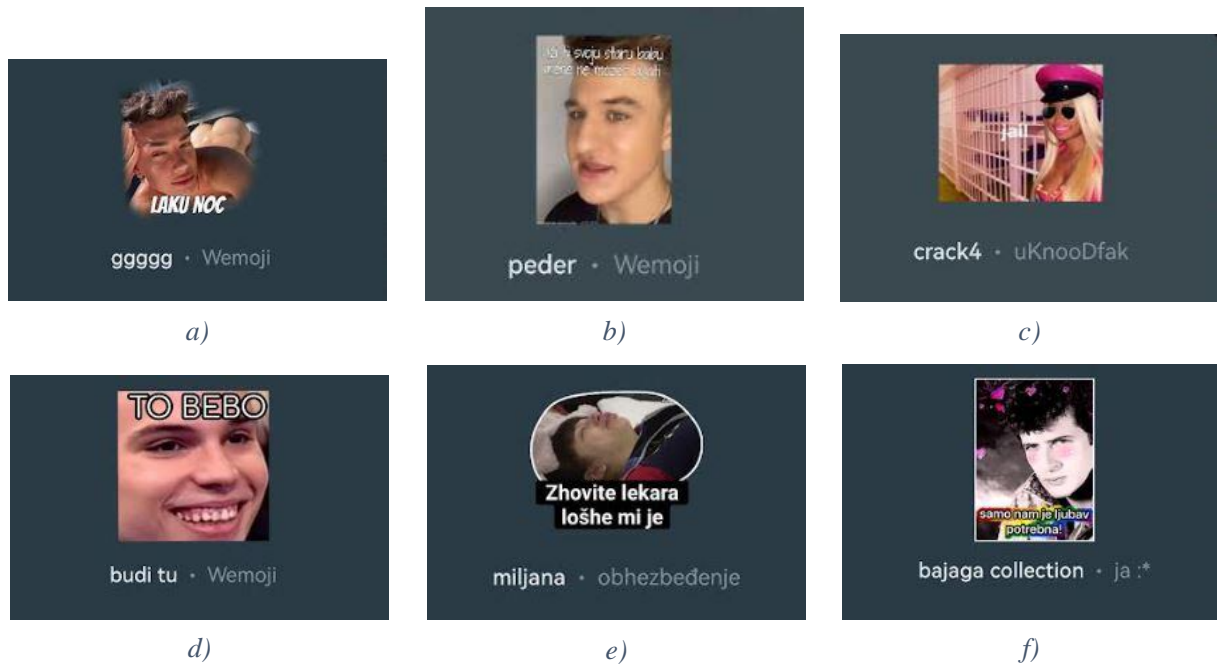


Slika 34 - Whatsapp

Naljepnice su nekad vezano uz osjećaje neke osobe, nekad samo zamjenjuju rečenicu koja može biti napisana u razgovoru bez popratne slike, ali na ovaj način se dodatno naglašava ono što naljepnica govori te to dovodi do humorističnog efekta. Neke ipak prelaze u crni humor, kao naprimjer naljepnica koja govori „ne vidim foru“, a na njoj Saša Matić koji je slijep, a na primjeru Josipe Lisac također možemo vidjeti svojevrsno izrugivanje zbog načina na koji ona govori. Josipa Lisac poznata je po svom glasu koji se često opisuje kao istančan, teatralan, njezin

govor odudara od onog uobičajenog, a uz to se nadovezuje i njezin modni izričaj te je upravo to vrlo zanimljivo kreatorima mema.

Osim toga, nailazimo i na razne pjevače i tzv. „influencere“ koji nisu striktno vezani za hrvatsku javnu scenu, nego i za balkansku i američku. Pa tako nailazimo na Jamesa Charlesa čija je fotografija vrlo vulgarna, Nicki Minaj, Voyage, na zvijezdu tv-emisije „Zadruga“ i dr.



Slika 35 - Whatsapp

Ako se osvrnemo na naljepnicu na kojoj leži žena i govori „Zhovite lekara loše mi je“ možemo ponovno primijetiti izrugivanje na temelju nečijeg govora, odnosno izgovora. Neke su slike striktno vezane uz tekst, kao npr. Nicki Minaj i „jail“ koji piše pored nje, dok neke nisu, npr. „LAKU NOC“ te goli James Charles. Nailazimo također i na poigravanje sa stihovima pjesama i izokretanje značenja. U slučaju naljepnice na kojoj se nalazi Momčilo Bajagić Bajaga iz popularnog benda „Bajaga i Instruktori“ možemo primijetiti strogo političku pozadinu te je tekst izrečen u vrlo ironičnom kontekstu.

Naljepnice koje su najaktualnije jesu upravo one s političarima, hrvatskim, ali i balkanskim i šire.



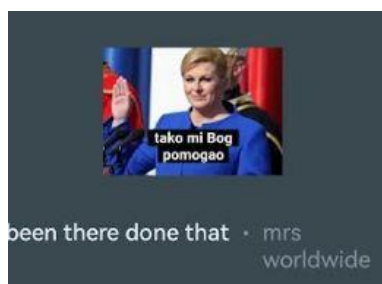
a)



b)



c)



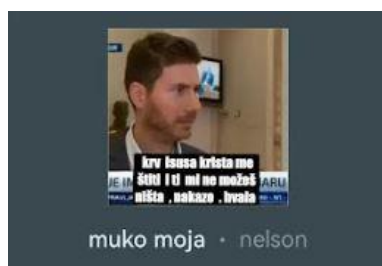
d)



e)



f)



g)



h)



i)

Slika 36 - Whatsapp

Kao što je vidljivo, najveća inspiracija za pravljenje mema je upravo Kolinda Grabar-Kitarović. Citati koji se nalaze na naljepnicama s bivšom predsjednicom nisu njeni, osim „tako bi bog pomogao“. Ali njen izraz lica i geste potaknuli su kreatori mema na spajanje teksta i slike koji nisu striktno vezani jedan uz drugoga. Upravo zato što je to ona dobiva se humoristični efekt. Ivan Pernar vrlo je često vezan uz kršćanske motive, pa tako ni mem kreatori nisu propustili šansu kako bi mu se na taj način izrugali, ali isto tako stvorili naljepnicu koja može poslužiti u razgovorima na *Whatsappu*.

Osim osoba iz javne sfere, nailazimo i na fiktionalne likove te ljude koji nisu dio popularne kulture, ali s obzirom na to da su *Whatsapp* naljepnice nešto privatnijeg sadržaja, dozvoljeno im je stvaranje vlastitih mema koje nitko neće provjeravati – mogu uzeti bilo čiju sliku i iz njih napraviti naljepnicu. Neobične životinje

također su dio mem kulture te su njihove slike često popraćene tekstom koji im daje novu osobnost.

Izrugivanje na račun Crkve vrlo je popularno među *Whatsapp* memima.



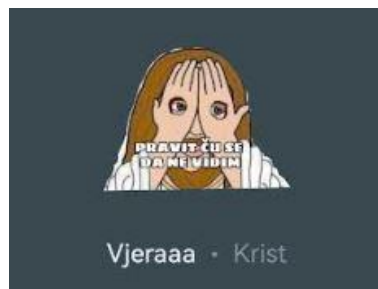
a)



b)



c)



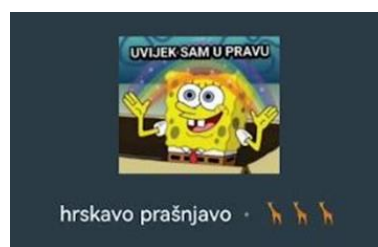
d)

Slika 37 - Whatsapp

Spužva Bob kao i Pepa Pig dobivaju neku novu osobnost ako ih gledamo kroz naljepnica s *Whatsappa*.



a)



b)



c)



d)



e)



f)

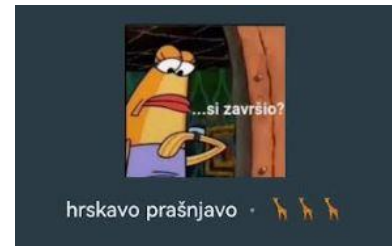
Slika 38 - Whatsapp



a)



b)



c)

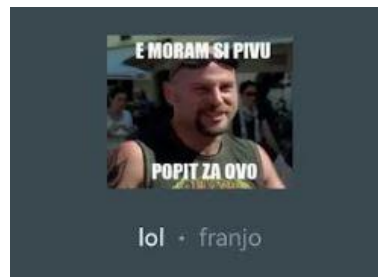
Slika 39 - Whatsapp

Fikcionalnim se likovima iz crtića i filmova pridodaju „osobine“ koje im inače nisu svojstvene. Pepa Pig tako, za razliku od crtića, postaje vrlo osuđujuća persona. Sid, lik iz animiranog filma „Ledeno doba“ i dalje ima govornu manu i ne može izgovoriti slovo „s“ dok Spužva Bobovo ponašanje varira ovisno o samome tekstu. Kao što se može primijetiti, većina naljepnica sadržava tekst koji nije citat od strane fikcionalnih likova, ali slaže se sa samom slikom. Kreatori mema vrlo domišljato slažu tekst i sliku kako bi se ono što je opće poznato, primjerice ponašanje Pepe Pig, izokrenulo u potpunosti.

Osim crtića i animiranih filmova, nailazimo i na fikcionalne likove iz serija i filmova.



a)



b)



c)



d)



e)



f)

Slika 40 - Whatsapp

Kreatori naljepnica često koriste likove iz tv-serije „Bitange i princeze“ upravo zbog toga što je to humoristična serija koju je gledala cijela Hrvatska. Osim toga, nailazimo i na likove iz popularnih filmova „Mamurluk“. Tekst i slika nisu usko vezani, ali i dalje ostavljaju humoristični efekt. „IZDRZI FRENDE“ i „BORI SE FRENDE“ mogu se češće koristiti u razgovorima upravo zbog značenja samoga teksta. „SRCATI ISUSOVA“ fraza je koja je u stalnoj uporabi te nadodana uz fikcionalnog lika tvori mem koji dodatno izaziva humoristični efekt. Fraze su vrlo često tekst koji se nalazi na *Whatsapp* naljepnicama iz razloga što su one, uparene s prigodnom slikom, vrlo smiješne.

Životinje i nepovezanih stvari česta su pojava na *Whatsapp* naljepnicama. Ono što vezuje ovakve naljepnice je personifikacija, odnosno davanje ljudskih osobina životinjama, stvarima, pojavama i neživom svijetu. Sam čin spajanja teksta s životinjama ili neživim svijetom dovodi do personifikacije.

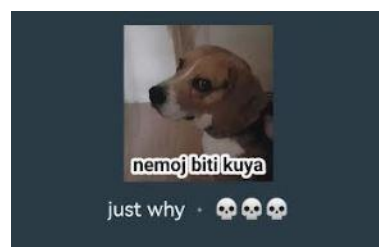


Slika 41 - Whatsapp

Na primjeru ove slike možemo primijetiti kako, iako teksta nema, mačka ipak radi ono što joj nije svojstveno. Recipijenti sami dolaze do svojeg zaključka o značenju ovakvog mema.



a)

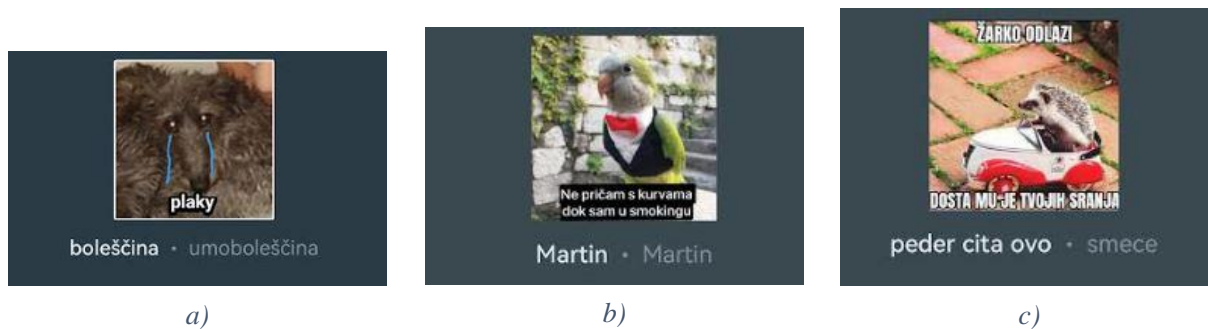


b)



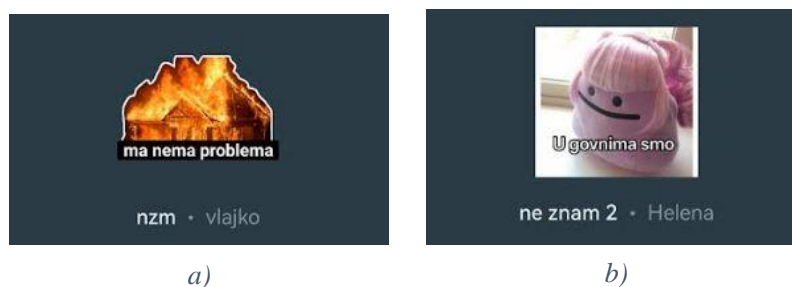
c)

Slika 42 - Whatsapp



Slika 44 - Whatsapp

Često su naljepnice na kojima se nalaze životinje vrlo vulgarne. Spajanje psovki i životinja uobičajeno je upravo iz razloga što se na taj način nitko neće uvrijediti. Primjer naljepnice na kojoj je papiga u odijelu i govori „Ne pričam s kurvama dok sam u smokingu“ prikazuje kontrast između slike i teksta – slatka papiga vulgarna je što je neočekivano. Spajaju se stvari koje inače nisu svojstvene jedna drugoj.



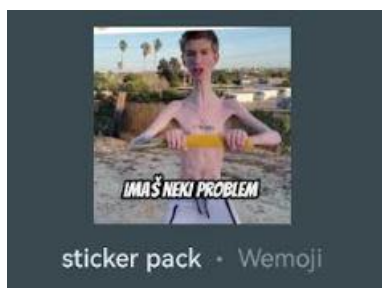
Slika 43 - Whatsapp

Prvi primjer naljepnice „ma nema problema“ zanimljiv je iz razloga što su tekst i slika u suprotnosti, odnosno kontrastu. Ponovno nailazimo na spajanje nespojivog kako bi se postigao humoristični efekt.

„Obični“ ljudi također su dio *Whatsapp* naljepnica/memova. To su često osobe koje kreatori mema znaju, ali i osobe čije slike postoje negdje na internetu te postaju svojevrsna inspiracija.



Slika 45 - Whatsapp



a)



b)



c)

Slika 46 - Whatsapp

Kroz navedene se meme može primijetiti kontrast između teksta i slike. Struktura mema, odnosno izabrane fotografije i tekst te popratno s time strategije poput kontrasta omogućuju autorima mema da izazovu humorističan efekt u krajnjem recipijentu.

Napomenuto je kako naljepnice dolaze u različitim formama te vrlo često nailazimo i na igre riječima.



a)



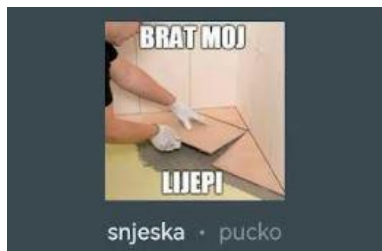
b)



c)

Slika 47 - Whatsapp

Tako oznaka za popularni film „Jurski park“ dobila je novi naslov „Dajneseri“. Takva naljepnica vrlo je popularna u komunikaciji jer zamjenjuje rečenicu te omogućava bržu komunikaciju. Dodavanje simbola, u ovom slučaju broja „PI“, također je vrlo aktualno. Događa se igra riječima te čak i osoba koja ne zna simbol može shvatiti poantu same naljepnice i što se s njome htjelo reći. Poznata izreka „Bože sačuvaj“ rečena je i na ovakav način, preko brenda „Bosch“ koji se pri čitanju izgovara „Boš“ te asocira na „Bože“, odnosno njegovu skraćenicu koja se koristi pri govoru. Isto tako, poigravanje s prezimenom i riječju „skoro“ i „škoro“ te povezivanje s Miroslavom Škoro.



a)



b)



c)



d)

Slika 48 - Whatsapp

U drugome primjeru možemo vidjeti dodavanje predmeta između slova kako bi se dobilo stvarno značenje naljepnice. U sredini je sjekira pa tako naljepnica govori „Ne sekiraj se“.

Ovo su samo neki od mogućih primjera *Whatsapp* mema jer je izbor uistinu velik, pa je na ovom mjestu prikazan tek dio mogućnosti izražavanja njihovih autora. Može se vidjeti da su učestali protagonisti životinje koje svojom umiljatošću ili bezazlenom pojavom uz popratni tekst, često vulgarnog sadržaja, zadobivaju novu značenjsku razinu koja upućuje na ironijski odmak prikazanog prema samom tekstu. Tradicionalnu ugladenost fotografije ili objekta na njoj suprotstavljaju izrazito vulgarnom tekstu svojstvenom žargonskom jeziku na ovim prostorima te ujedno ukazuju na namjeru lokalne uporabe istih jer njihov sadržaj u prijevodu na neki strani jezik gubi oštrinu svog izričaja. Duhovitost ponekad proizlazi iz pojave neke poznate osobe, ali nju mogu donositi i nepoznati nam protagonisti, ovisno o kontekstu na koji se autori referiraju. Ponekad je važno prepoznati osobu na koju se autori osvrću jer značenje koje učitavamo u nju automatski dovodi do prepoznavanja komičnosti situacije dok ponekad sama tekstualna poruka dolazi

u prvi plan i manje je važan njezin predstavnik koji može biti i netko nepoznat iz naroda. Uočljivo je da se ponekad autori poigravaju značenjskim razinama tekstualnih poruka, najčešće vizualno preuzetih od strane popularnih filmskih franšiza ili robnih brendova čiji se promotivni slogani namjerno izvrću, prilagođavaju jezičnoj praksi ovih prostora, pa često zalazeći u vulgarnost kao očekivano svojstvo verbalnog izražavanja time pojačavaju ironijski zaokret i humorni efekt poruke.

Nadalje, memi koje često vidamo na društvenim mrežama *Facebook* i *Instagram*, a specifično je to što je za njihovu pozadinu iskorišteno umjetničko djelo visoke estetske razine kojemu je pridodan tekst. Takvi memi vrlo su zanimljivi i zabavni te ih korisnici društvenih mreža dijele i komentiraju međusobno. Memi se tiču svakodnevice, komentiraju se partnerski i prijateljski odnosi te se koristi jezik koji nije svojstven, odnosno nije povezan sa samim slikama. Umjetnička djela služe kao podloga za neku novu formu, odnosno u ovom slučaju mem. „Ništa nije tako sveto, ni tako moćno i opasno, da mu se ne može suprotstaviti smijeh svojim nevidljivim oružjem“ (Hadžić 1998: 10).

U primjeru ovakvih mema, možemo primijetiti teoriju inkongruentnosti upravo zato što se spajaju stvari koje inače nisu spojive, odnosno visoka i „niska“ kultura – sve što je neočekivano i neobično vrlo je smiješno. Najčešće umjetničko djelo koje se pretvara u mem upravo je portret Mone Lise, rad renesansnog slikara Leonarda da Vinci. Portret, osim nadodanog teksta, često je podvrgnut uređivanju – portret gubi svoj „stari“ oblik te se kreatori poigravaju njenim izgledom. Njezin izraz lica ima zagonetan, gotovo aluzivan smiješak koji se po potrebi može različito tumačiti i interpretirati te je prikladna za autore mema jer može poslužiti u više situacija različitog spektra očekivanja.



a)

b)

c)



a)



b)

Slika 50 - Instagram

Osim samog izgleda, pozadina Mona Lise se mijenja ovisno o samom kontekstu. Popratni tekst na svakoj slici također je vrlo općenit te ga karakterizira svakodnevni stil pisanja, primjerice „...samo ova frizura bajo moj“ („bajo“ kao fraza koja nije svojstvena umjetničkome djelu), „...cijeli dan sam selfije trenirala...“, „...koliko ispadnem seksi“...



a)



b)

Slika 49 - Instagram



a)



b)



c)



d)



e)



f)

Slika 51 - Instagram

Osim Mone Lise, često se uzimaju umjetnička djela na kojima se nalaze muškarac i žena, a možemo ih shvatiti kao parove. Popratni tekstovi pisani su u obliku dijaloga između muškarca i žene, a ti dijalozi nemaju veze sa samim portretima. Sve bi portrete mogli, bez teksta, shvatiti kao prikaze situacija u ljubavnim odnosima, muškarci su prikazani kao šarmantni, gledaju u svoje žene, a žene su pak elegantne te isto tako šarmantne. S obzirom na same tekstove, ovakav se prvobitni izgled osoba na slikama mijenja te oni dobivaju neke nove karakteristike. Tekstovi su također prožeti svakodnevnim stilom pisanja te se spominje Punto, frižider, brojevi (mobilnog uređaja ili telefona) i ostali predmeti koji nisu svojstveni ljudima sa slike, odnosno svojstveni dobu u kojem je umjetničko djelo nastalo. Spoj umjetničkog djela koji je vrlo visoka kultura s nečime što je tako svakodnevno i što se tiče isključivo naše današnjice izaziva humoristični efekt.



a)



b)



c)



d)

Slika 52 - Instagram

Također se pojavljuju i umjetnička djela na kojima su dvije ženske osobe. Često su popraćene tekstom u obliku dijaloga koji asocira na „tipične“ ženske razgovore, odnosno pitanje veza, muškaraca, odjeće i tjelesne težine – možemo primijetiti određeno stereotipiziranje. U ovakvim memima nailazimo i na nadimke koje žene „daju“ jedna drugoj, u ovom slučaju to je „seksoslav“, ali možemo naići i na „sekić pekić“ ili „sestro slatka“. Primarni recipijenti za ovakve meme su upravo žene koje mogu u komentarima ispod svakog mema na društvenim mrežama označavati svoje prijateljice. Dijalozi su vrlo općeniti te se većina žena s njima može poistovjetiti. Vrlo je bitna karakteristika ovih umjetničkih djela i facijalna ekspresija samih žena na slikama. Tekst „Prije ću naći izvor nafte“ koji stoji uz ženu koja gleda u recipijenta s ozbiljnim, blijedim pogledom izaziva smijeh.

Humor nema granica te seže čak i do visokih umjetničkih djela. „Za primanje šale nužno je predznanje“ (Hadžić 1998: 50) – u ovome slučaju predznanje nije nužno kako bi se mem shvatio. Nije potrebno znanje o izabranim umjetničkim djelima kako bi se shvatila poanta slike. Tekst koji dolazi uz osobe na umjetničkim djelima, njihove facijalne ekspresije i stav sasvim su dovoljni kako bi izazvali humoristični efekt u recipijentu. Osobe na umjetničkim djelima postaju suvremene, postaju naši suvremenici. Više nisu tako zagonetni kao kad te iste slike pogledamo bez popratnog teksta. Postoji velika razlika između onoga što nam je prikazano i poruke koja se verbalizira. Spoj ovih segmenata izaziva smijeh te se postiže i sama svrha mema.

I u ovom slučaju može se uočiti suprotstavljanje tradicionalnog/klasičnog i suvremenog/modernog. Najčešći likovni prikazi ovdje su grupirani u dvije opreke: muškarac – žena i žena – žena što aludira na rodno spolne odnose koji su i danas u središtu interesa, ali im tekstualnom razinom poruke pridajemo aktualnost kroz izraz koji je vrlo blizak žargonu samoga puka što je ironijski jer su na samim djelima osobe iz više društvene klase građanstva, odnosno plemstva. Time je i doslovno vizualizirana već spomenuta opreka visoke i „niske“ kulture jer je nekad slika bila statusni simbol vodećih društvenih klasa, a ovdje je ona uparena s izričajem onih „najnižih“, odnosno bliskih ulici. Opreka proizlazi iz statičnosti prizora gdje su likovi konvencionalno strukturirani i posloženi, ovisno o stereotipima prikaza razdoblja u kojem su umjetnička djela nastajala dok dinamiku stvara otvorenost i doslovnost poruke koju likovi iznose. Upravo je tekst taj koji osuvremenjuje prikazano jer pobija statičnost, odnosno zdatost odnosa koji su bili društvena konvencija u vremenu nastanka. Tako je primjerice bilo očekivano da muškarac zavodi ženu u skladu s društvenim konvencijama svog vremena gdje se velika pažnja pridavala rječitosti, galantnosti i drugim vrlinama svojstvenima džentlmenima tog vremena dok su žene očekivano bile stavljene u podređenu ulogu. Isto tako, poruke koje žene međusobno razmjenjuju daleko su

izravnije od onih koje bi bile izrečene u vremenu nastanka samih slika, mnogo su otvorenije i progovaraju pučkim jezikom o konkretnijim temama koje nadilaze očekivanja poput primjerice sretnog ishoda neke veze, aludiraju na karakter odnosa koji je danas zastupljen u kojem vjernost nema istu simboliku kao u vremenu nastanka tih djela.

Humoristični se efekt javlja u svim memima oviseći o samom recipijentu i o tipu humora koji se pojavljuje. Vicevi su putem mema dobili novu dimenziju kojoj više nije svojstven samo tekst, već je popraćen slikom ili emotikonima koji dodatno pojačavaju humor. Struktura, odnosno tip mema recipijentima u većini slučajeva nije bitan – bitno je ono što mem poručuje, važna je njegova poruka koja upućuje na zabavu, ali ponekad i na svojevrsnu kritiku društva.

8. ZAKLJUČAK

Humor je vrlo bitan aspekt svakog pojedinca u određenome društvu. S obzirom na to da se nalazimo u digitalnome dobu važan je digitalni humor koji omogućuje iznošenje svojega mišljenja, kritiku, ali i svojevrsnu rasonodu s kojom se svatko može poistovjetiti. Mem zbilja je kreativni komentar društva na događaje oko njih, bili oni svakodnevnici ili oni koji se ne događaju često. Analizom sakupljenog korpusa, odnosno mema koji izazivaju humorističan efekt može se zaključiti kako se ljudi na svakakve načine nose sa svojom svakodnevicom, a jedan od tih načina je upravo humor. Osobe koje stvaraju meme anonimni su i kreativni kreatori koji vrlo pomno čitaju ono što društvo želi vidjeti te razumiju što u recipijentu izaziva humorističan efekt. Iako poneki memi na društvenim mrežama služe isključivo za rasonodu te nemaju neku skrivenu poruku ili kritiku, većina prikazuje u kakvom se društvu nalazimo te u kakvom bi se društvu voljeli nalaziti, odnosno što sve u njemu treba promijeniti. Najčešće se komentiraju upravo političari te međuljudski odnosi koji nisu tako savršeni. Memi se bave i ozbiljnijim temama poput rata koje zapravo srozavaju na neozbiljnost, ali sa skrivenom porukom suosjećanja. Visoka se kultura, odnosno umjetnička djela također koriste u svrhu stvaranja mema te im se dodavaju tekstualne poruke koje nisu svojstvene dobu u kojem je djelo nastalo. Za razumijevanje mema vrlo je bitno tko smo, gdje živimo i što radimo. Neće svi sve razumjeti niti su neki memi namijenjeni razumijevanju za širu publiku – oni zapravo koriste lokalni humor koji mogu shvatiti samo određeni pojedinci u nekome društvu. Sve češće je mem taj koji je podvrgnut raznim analizama kako bi se zapravo nastojalo doći do srži, odnosno do društva i njihova odnosa prema vlastitoj stvarnosti, pa posljedično tome mem postaje akademska kategorija koja se od početka tome i opire. Mem je izraz bunta, kritike, ali i zabave na sve ono što je ozbiljno, što je tabu i o čemu se vrlo rijetko govori. Mem pokazuje svoj odnos prema politici, javnoj sceni, jeziku, književnosti pa čak i tragedijama i ništa ga ne zaustavlja. Zapravo ništa nije sigurno od humora, ništa

mu se ne može oduprijeti niti „sakriti“. Kreativni pojedinci uvijek će naći način kako humor u obliku mema proširiti među korisnicima društvenih mreža kako bi izazvali komičnu situaciju i iskazali svoj stav prema određenim društvenim zbivanjima, kakva god ona bila.

9. POPIS LITERATURE

1. Blackmore, Susan. „Stroj za mem.“ Algoritam, Zagreb, 2005.
2. Borš, Vanja. "Memska epidemiologija - integralni (holonski) pristup." *Socijalna ekologija* 20, br. 3 (2011): 287-314.
3. Buchel, Branislav. „Internet Memes as Means of Communication.“ Master's Thesis, Masaryk University, Brno, 2012.
4. Chovanec, Jan, Ermida, Isabel (urednici). „Language and Humour in the Media.“ Cambridge Scholars Publishing, Ujedinjeno Kraljevstvo, 2012.
5. Critchley, Simon. „O humoru.“, ALGORITAM, Zagreb, 2007.
6. Crnković, Mirjana. "Humor i komunikacijske norme." Diplomski rad, Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Filozofski fakultet, 2017.
7. Cvitanović, Ana. "Fenomen internetskih mema i njihova uloga u komunikaciji na društvenim mrežama." Završni rad, Sveučilište u Zagrebu, Fakultet hrvatskih studija, 2021.
8. Davison, Patrick. "The Language of Internet Memes." In *The Social Media Reader*, edited by Michael Mandiberg, 120–134. New York, USA: New York University Press, 2012.
9. Glušac, Maja ; Mikić Čolić, Ana. „Popularna kultura kao kontekstualna podloga internetskih memova.“ Sedmi međunarodni kongres primenjene lingvistike danas - savremena teorija i praksa. Novi Sad: Društvo za primenjenu lingvistiku Srbije 2022. str. 17 - 17.
10. Hadžić, Fadil. „Anatomija smijeha – studije o fenomenu komičnoga.“, V.B.Z., Zagreb, 1998.
11. *humor*. Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2021. URL: <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=26678>>
12. Jolles, Andre. „Jednostavni oblici.“, MATICA HRVATSKA, Zagreb, 2000.

13. Labaš, Danijel, Mihovilović, Maja. "Masovni mediji i semiotika popularne kulture." *Kroatologija* 2, br. 1 (2011): 95-121.
14. Milosavljević, Ilija. „THE PHENOMENON OF THE INTERNET MEMES AS A MANIFESTATION OF COMMUNICATION OF VISUAL SOCIETY -RESEARCH OF THE MOST POPULAR AND THE MOST COMMON TYPES.“ Sveučilište u Nišu, 2020.
15. Miljaković, Dubravka, Rijavec Majda. „Humor u doba korone, potresa i dr. sr.“, IEP-D2., Zagreb, 2020.
16. Popović, Fabijan. "Politički cinizam u pop-kulturi: uloga tv-serija i memeova." Diplomski rad, Sveučilište u Zagrebu, Fakultet političkih znanosti, 2018.
17. Popović, Helena. „Humor je uvijek više od smiješnog.“, Hrvatsko sociološko društvo, Odsjek za sociologiju Filozofskog fakulteta UNIZG, 2020. URL: <http://hsd.hr/hr/2020/06/23/humor-je-uvijek-vise-od-smijesnog/> (pristup 3.9.2023)
18. Predojević, Željko. "Mudrolije. Internetski memi poslovičnoga karaktera na primjeru mrežne stranice Mudrolije sa Twittera." *Etnološka tribina* 49, br. 42 (2019): 152-172.
19. Relja, Renata, Baturina, Danijel. "Uloga i značaj humora u svakodnevnom životu mladih." *Školski vjesnik* 59, br. 3. (2010): 347-362.
20. Rezo, Marija. "Psihologija humora." Završni rad, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, 2019.
21. Rušinović, Dino. "Internetski memi u sociologijskoj perspektivi." Diplomski rad, Sveučilište u Zadru, 2020.
22. Štivarčić, Sara. "Koronavirus u virtualnoj komunikaciji u kontekstu usmene i pučke književnosti." Diplomski rad, Sveučilište u Zagrebu, Filozofski fakultet, 2021.

10. Izvori

Danas.hr. Dostupno na: <https://danas.hr>

24 SATA. Dostupno na: <https://www.24sata.hr>

Folder.hr. Dostupno na: <https://folder.dnevnik.hr>

Facebook – „Balkan_Memes“

- „Bosnian problems“
- „Ćaća se vraća“
- „Hrvatske tragedije“
- „Kroatist po struci“
- „Samo Polako Memes“

Instagram – „lingvisticke baljezarije“

- „nemogugram“
- „sumljam“

NACIONAL. Dostupno na: <https://www.nacional.hr>

Narod.hr. Dostupno na: <https://narod.hr>

9gag. Dostupno na: <https://9gag.com>

Whatsapp

11. Sažetak i ključne riječi

Tema je rada mem kao kreativni komentar društvene stvarnosti. Cilj je rada istražiti humor koji je dostupan putem interneta, točnije društvenih mreža te objasniti sve njegove karakteristike koje se tiču autorstva, medija putem kojeg se prenosi, funkcija i strukture. Rad je bogat brojnim primjerima koji dodatno pojašnjavaju postavljene teorijske činjenice. Na temelju analize može se zaključiti kako postoje razne vrste mema za različite prigode i situacije te kako je humor u memima svojevrsna kritika na društvo, ali isto tako razonoda i zabava koja je ljudima potrebna kako bi pobjegli od svoje životne stvarnosti.

Ključne riječi: mem, humor, društvene mreže, popularna kultura

12.Naslov i ključne riječi

Naslov na engleskom jeziku/*Title of the master's thesis:*

Meme as a creative commentary on social reality

Ključne riječi na engleskom jeziku/Key words:

meme, humor, social media, popular culture