

Sveučilište u Zagrebu

Filozofski fakultet

Ivana Lučića 3

Odsjek za kroatistiku

Katedra za hrvatsku usmenu književnost

Ak. god.: 2019./2020.

***Od memova do tweetova – pandemija internetskih oblika bliskih
usmenoknjiževnoj poetici u kontekstu aktualne virusne pandemije***

(istraživački rad)

Studenti:

Darko Vasilj

Dejana Pacina

Ana Pejić

Mentorica:

izv. prof. dr. sc. Evelina Rudan Kapec

Zagreb, lipanj 2020.

Ovaj rad izrađen je pri Katedri za hrvatsku usmenu književnost Odsjeka za kroatistiku Filozofskoga fakulteta Sveučilišta u Zagrebu pod vodstvom izv. prof. dr. sc. Eveline Rudan Kapec i predan je na natječaj za dodjelu Rektorove nagrade u akademskoj godini 2019./2020.

Sadržaj

1. Uvodne napomene	1
2. Tematska i vremenska klasifikacija memova o koronavirusu	4
2.1. Mem kao žanr	5
2.2. Opis istraživanja.....	7
2.3. Tematska klasifikacija memova o koronavirusu.....	7
2.4. Vremenska klasifikacija memova o koronavirusu	17
2.5. Zaključci istraživanja i klasificiranja	17
3. Humor u memovima o koronavirusu	19
3.1. Značajke vizualne komunikacije.....	20
3.2. Čemu se čovjek smije?	21
3.3. Humor u memovima o koronavirusu	23
3.4. Multimodalnost mema.....	34
3.5. Zaključno o memu i smijehu	38
4. Od vica do kletve – žanrovska raznolikost <i>tweetova</i> o koronavirusu.....	39
4.1. Priče iz života u <i>tweetovima</i>	40
4.2. Pokušaj vica u <i>tweetu</i>	46
4.3. Teorija zavjere u <i>tweetu</i>	47
4.4. Aforizam u <i>tweetu</i>	48
4.5. Dosjetka u <i>tweetu</i>	48
4.6. Kletva u <i>tweetu</i>	49
5. Završne napomene	50
6. Sažetak	51
7. Literatura.....	54

1. Uvodne napomene

Vjerujemo da će se svaki čitatelj složiti kako su sva vremena (bilo ona iz davne prošlosti bilo ona u kojima živimo) teška na svoj način i iznjedre za sebe karakteristične izazove s kojima je čovječanstvo primorano uhvatiti se u koštac. Pri tome smo, kolektivno gledano, više ili manje uspješni, na što snažno utječu aktualne društvene prilike, koje uvjetuju naše mogućnosti i ograničenosti u obaranju raznovrsnih zapreka, rušenju zidova, kretanju k nekoj mirnijoj budućnosti te definiraju svrhu našega truda, odnosno signaliziraju našu potencijalnu pobjedu nad teškoćama ili osvješćuju naše zalaganje kao Sizifov posao i borbu s vjetrenjačama.

Jedan od takvih izazova, koji se u početnim mjesecima 2020. godine dotakao praktički svakoga kutka Zemljine površine, uzdrmao svaki aspekt organizacije ljudske svakodnevice te nam na prag donio dotad nezamislive (ili teško zamislive) životne uvjete, svakako je pandemija koronavirusa, s kojom su se nama udaljeni krajevi počeli suočavati još krajem prošle kalendarske godine, a koja je u našoj zemlji vrhunac doživjela na prijelazu iz ožujka u travanj. Širenje zaraze kao i uvođenje raznih popratnih mjera u cilju pokušaja njezina sprječavanja (ili barem usporavanja) u relativno su kratkom roku modificirali otprije nam poznato lice planeta, ostavili neizbrisiv pečat na svjetskoj populaciji, ljudskome doživljaju svijeta i života, što je nedvojbeno uključivalo i poveći postotak svjetskoga stanovništva koji širenje virusa nije osjetio na vlastitoj koži. Za njihov indirektni susret s aktualnom socijalnom problematikom zaslužna je brza transmisija podataka i informacija u današnje doba, koja je uvjetovala ni više ni manje nego bombardiranost, obasutost vijestima i novostima s bližih ili udaljenijih prostora. Mjere i preporuke koje su bile uvedene s nadom u poboljšanje situacije često su se, sasvim razumljivo, ticale socijalnoga distanciranja i izolacije, što je većinu ljudi prisililo na bijeg u virtualni svijet, a rastući je broj korisnika interneta i internetskih platformi osigurao još bržu i ekstremniju transmisiju svih vrsta podataka, pa tako i niza internetskih žanrova bliskih usmenoknjiževnoj poetici koji su trenutnim područjem našega interesa.

Internet, glavni izvor oblika analiziranih i opisanih u ovome radu, nesmetano možemo prozvati najutjecajnijim medijem današnjice, globalnom mrežom kojom se u vidu nepregledne količine informacija i uz posredništvo raznovrsnih tehnoloških novotarija i pomagala prenose najrazličitije obavijesti. Internet nam, dakle, istovremeno posredujući i proizvodeći tradiciju, u cjelini olakšava komunikaciju, no i donekle uvjetuje udaljavanje od tradicionalnih načina komuniciranja i njihovo zapostavljanje. Širenje podataka brzinom svjetlosti pogoduje globalizacijskim procesima i cijeli svijet pretvara u globalno selo, u kojemu je relativno

jednostavno doći do potrebnih informacija te ostvariti različite potrebe i naume. Sve je ovo pogodovalo i razvoju raznovrsnih internetskih stranica, platformi, portala i foruma, pa konačno i danas široko dostupnih društvenih mreža, koje su se u svrhe ovoga istraživanja pokazale nezaobilaznim rudnikom korpusnoga materijala (pri tome na umu imamo poglavito one najpopularnije: *Facebook*, *Instagram* i *Twitter*). Ponajprije uz njih vezujemo i pandemiju (nekontrolirano i brzo širenje, dupliciranje, repliciranje, imitiranje i variranje) internetskih oblika kojima ćemo se u radu baviti, a izravno su povezani s aktualnom kriznom situacijom. Dokazat ćemo kako isti, šireći se virtualnom zajednicom, ispunjavaju posebnu socijalnu ulogu u zadovoljenju osnovnih ljudskih potreba, a većini su ljudi jako brzo dostupni (nerijetko ih čak i ne zamjećujemo, odnosno nesvjesno percipiramo). Nekadašnja seoska okupljanja i sijela, na kojima se raspravljalo o različitim temama i na kojima su se elaborirali s njima povezani stavovi, bila su plodnim tлом za prikupljanje i zapisivanje usmenoknjiževnih oblika, a sada sličnu ulogu u globalnoj sferi vrši sam internet. Registrirati profil, dijeliti vlastito mišljenje i iskustva, lajkati, komentirati, diskutirati, sporiti, sukobljavati stavove moguće je tek pomoću nekoliko jednostavnih klikova.

S obzirom na sve navedeno, jasno je kako pomalo netradicionalni teren našega istraživanja čini upravo internet sa svojim skrivenijim i manje skrivenim kutcima (od popularnih društvenih mreža i na njima postavljenih javnih statusa preko poznatih i manje poznatih specijaliziranih internetskih portala i stranica do privatnih razgovora na *WhatsAppu* i *Viberu*). U razdoblju obuhvaćenom istraživanjem (od sredine ožujka do kraja travnja 2020. godine), kako ćemo u nastavku pokazati, naišli smo (što s predumišljajem što slučajno) na raznovrsne zanimljive oblike. Tu su različiti tipovi *tweetova*, kojima je s obzirom na sadržaj i poetička načela moguće pridodati dobro nam znane žanrovske attribute (priče iz života, teorije zavjere, aforizmi, dosjetke, kletve), o čemu će biti više riječi u posljednjem dijelu rada, no i u korpusu najzastupljeniji memovi, koji će u nastavku biti поближе žanrovski određeni¹, tematski i vremenski klasificirani, a potom i analizirani s obzirom na svoje jezične komponente i način ostvarivanja humorističnoga efekta. Napomenimo još kako se jezični medij praktički svih oblika tiče balkanskih (južnoslavenskih) i anglofonih govornih područja. Shodno tome, najzastupljeniji su u korpusu primjeri na hrvatskome, srpskome i engleskome jeziku. Jasno, kod

¹ Valja napomenuti kako je riječ o nedovoljno opisanim žanrovima novijega postanka i iznimno kratke povijesti bavljenja, što je posljedica relativno sporoga pomicanja interesa proučavatelja prema žanrovima internetskoga tipa, koji svoje ekspanziju duguju tzv. terciarnoj usmenosti.

nekih će oblika (osobito memova) sama jezična sastavnica biti u drugome planu (podčinjena slici).

U ovome su radu u koherentnu cjelinu objedinjena istraživanja triju autora, popraćena kako ovim predgovorom, tako i na kraju pridodanim sažetkom i zaključnom riječju. Prva će se dva dijela pobliže posvetiti žanru mema: nakon zaključaka o zanimljivostima koje proizlaze iz objedinjavanja iscrpne i detaljne tematske klasifikacije memova s vremenskom, a u vezi su sa zastupljenošću memova određene tematike u pojedinim vremenskim fazama pandemije koronavirusa, u središnjem ćemo dijelu fokus staviti na njihove jezične karakteristike i humor². Smijeh je, dakako, jedna od temeljnih ljudskih potreba (osobito u teškim vremenima), no koji je njegov izvor? Zašto su nam memovi smiješni i čemu se to ljudi uopće smiju? Što se postiže njihovom specifičnom multimodalnom formom i komunikacijom s recipijentom? Kakvu ulogu smijeh, pa i svi analizirani oblici u društvu ostvaruju? Što internetske oblike čini tako atraktivnima i kako im to pomaže u daljnjem širenju i dupliciranju te kakvu ulogu u tome procesu ima karakteristična kulturna pozadina? Na samome kraju rada smještena je detaljna analiza ranije spominjanih *tweetova* i u njima zamijećenih elemenata tradicionalnih usmenoknjiževnih žanrova.

Naposljetku naglasimo i to kako su sakupljači cjelokupnoga korpusa sami autori rada (što je naznačeno ispod svakoga pojedinog primjera), a prikupljanje je započelo na inicijativu profesora s Katedre za hrvatsku usmenu književnost na čelu s izv. prof. dr. sc. Evelinom Rudan Kapec, kojoj svesrdno zahvaljujemo na pokretanju ovoga rada i mentorstvu.

Autori

² Iako je smijeh važnom stavkom ljudskoga ponašanja i izražavanja emocija, kao i važnom društvenom pojavom s obzirom na dvojakost uloge koju ostvaruje (obrana, no i kažnjavanje raznih društvenih fenomena), neka nam ispod radara ne prođu ni moralizatorski intonirani oblici (poglavito u vidu *tweetova*).

2. Tematska i vremenska klasifikacija memova o koronavirusu³

(Pandemija memskoga tematskog šarenila u kontekstu virusne pandemije)

Epidemija koronavirusa jedna je od najvećih pošasti s kojima se suočio (ili još uvijek suočava) moderni svijet, stoga je razumljivo kako je sve ono čime je širenje zaraze bilo popraćeno ostavilo značajan trag na ljudskim životima. Takva je situacija, dakako, snažno utjecala na čovjekov doživljaj svijeta i aktualnih zbivanja, što se jako dobro ogleda i u memovima, specifičnim oblicima novijega tipa, s kojima se svatko od nas, zahvaljujući globaliziranom svijetu i suvremenim tehnološkim novotarijama, gotovo svakodnevno susreće na različitim društvenim mrežama. U ovome ćemo se radu baviti upravo memovima povezanim s pandemijom koronavirusa (kako domaćima, tako i onima s engleskoga govornog područja), a detaljnije ćemo se posvetiti njihovoj tematskoj i vremenskoj klasifikaciji te uočiti zanimljivosti s obzirom na zastupljenost pojedinih tematskih razreda u određenim vremenskim fazama pandemije. Obradeni korpus čine ukupno 72 mema (uključujući jedan videomem) sakupljenih u periodu od 12. ožujka do 28. travnja 2020. godine na različitim internetskim stranicama i društvenim mrežama. Osim Facebooka, Instagrama i Twittera, najpopularnijih platformi kojima se ovi oblici šire, kao važne izvore valja spomenuti i aplikacije za privatno dopisivanje poput WhatsAppa i Vibera.

³ Autor je ovoga dijela rada (poglavlja 2.1. – 2.5.) Darko Vasilj.

2.1. Mem kao žanr

Oponašanje (imitiranje) izvanjskoga svijeta i svih njegovih pojavnosti prirodnim je čovjekovim nagonom, koji ujedno predstavlja i jedan od najlakših i najefektivnijih načina socijalizacije (socio-kulturnoga učenja) svake individue (Borš 2011: 293), a polazi od uvriježene teze kako svaki pojedinac vlastiti karakter i stavove (općenito, sebe kao ličnost) gradi upravo u odnosu prema drugim pripadnicima ljudske vrste, pri čemu je cijelo društvo, najjednostavnije rečeno, oponašanje (Tarde 1962: 74). U tome je kontekstu nezaobilazan pojam mema, koji Borš (2011: 289), oslanjajući se na njegovo najšire značenje, definira kao „holon, koji sadrži noološku informaciju s tendencijom prema umnažanju (...), a koji nastaje i širi (...) se unutar noosfere oponašanjem“ te može egzistirati (i replicirati se) u najrazličitijim formama (vjerovanjima, stavovima, ukusima i sl.). Jednim je od ključnih elemenata ove definicije mema svakako moment oponašanja noološke (kulturne, civilizacijske) informacije, koji rezultira njezinim daljnjim prenošenjem (transmisijom), naravno, u ponešto izmijenjenom, modificiranom obliku. Taj je memski aspekt naglašen i u samoj etimologiji termina, koji potječe iz pera britanskoga biologa Richarda Dawkinsa (1997: 220), a korijen nalazi u grčkoj riječi za oponašanje, imitiranje⁴.

U užem opsegu, onome koji je trenutnim predmetom našega interesa, pojmom mema imenujemo žanr novijega tipa, koji svoje posvemašnje širenje u današnje vrijeme duguje upravo tzv. tercijarnoj usmenosti, koja podrazumijeva razna tehnološka pomagala kao posrednike u transimisijskome postupku⁵. Riječ je, naravno, o viralnim sličicama sa zanimljivim natpisima, koje kao korisnici interneta (osobito društvenih mreža svih vrsta) svakodnevno vidamo, percipiramo, lajkamo, komentiramo, međusobno dijelimo i sl., a iz više ih razloga možemo povezati s usmenoknjiževnim stvaralaštvom.⁶ Najočitija je u tome smislu anonimnost (odnosno nedohvatljivost autora) ovih oblika, kao i njihov formalni aspekt, koji se bazira na kratkoći i vizualnosti s ciljem postizanja humorističnoga efekta (o humoru u kontekstu memova v. 3.3.). S obzirom na spomenuto, memove bismo mogli nazvati svojevrsnim vizualnim oblikom vica, u kojemu je verbalna komponenta, koja do izražaja dolazi pri tzv. prirodnoj komunikaciji,

⁴ Usp. pojam *mimesis* u čuvenoj Aristotelovoj književnoj poetici također označava oblik podražaja, oponašanja, imitacije.

⁵ Upravo ljudska otkrića/inovacije (što, jasno, uključuje i razne oblike suvremene tehnologije) Borš (2011: 303) opisuje kao društvenu sastavnicu koja djeluje iznimno pozitivno na olakšavanje što kvalitetnijeg umnažanja mema.

⁶ O odnosu pojedinih tradicionalnih usmenoknjiževnih žanrova i suvremenih internetskih oblika v. pogavlje 4.

zamijenjena vizualnim tragom (više o tome v. 3.1.).⁷ Drukčije rečeno, o memu možemo govoriti kao o vicu koji intermedijalnom adaptacijom, odnosno pomakom iz jednoga načina percipiranja u drugi, dobiva neke nove attribute i specifična formalna svojstva karakteristična upravo za ciljani medij.⁸

Poveznicu s usmenom književnošću moguće je povući i s obzirom na specifičan način širenja i umnažanja spomenutih oblika, koje je u današnje doba poprimilo razmjere memske pandemije (Borš 2011: 298)⁹, što posebno dolazi do izražaja u memovima tematski vezanima za širenje koronavirusa¹⁰, koji je u početnim mjesecima 2020. godine zahvatio gotovo svaki kutak našega planeta i ostavio snažne posljedice na čovječanstvo, ne samo u kontekstu fizičkoga zdravlja, nego i doživljaja okoline, aktualne situacije i svjetske krize u cjelini.

Društvena zbivanja, dakako, predstavljaju kulturnu pozadinu (kontekst), koja snažno utječe na nastanak i širenje memova, a posredno i na njihovo značenje (smisao). Očito je kako su aktualne prilike naprosto zahtijevale pojavu memova specifične tematike jer su oni izravno povezani s ljudskim emocijama te zadovoljenjem osnovnih ljudskih potreba (Maslow 1943), a ista je kulturna pozadina (konkretno govoreći, spomenuto širenje virusne zaraze i popratni fenomeni) pridonijela i njihovoj izraženoj atraktivnosti kod recipijenata u razdoblju obuhvaćenom istraživanjem. Kako je velik dio svjetske populacije na ovaj ili onaj način bio zahvaćen pandemijom (makar u smislu bombastičnih novosti kao posljedice brzoga širenja informacija u današnjem svijetu), memovi su ove tematike kod mnogih naišli na plodno tlo i

⁷ Snažne poveznice koje postoje između jezika i slika (odnosno jezične i vizualne gramatike) te idu u prilog ovoj tezi posebno je zanimljivo promotriti u kontekstu multimodalnih analiza, koje nastoje pronaći sličnosti između tih dvaju sustava te nas uvjeriti kako u slikama postoje iste (ili barem slične) vrste pravilnosti kao u jeziku, ali isto tako osvještavaju kako ih zbog potencijalnih sličnih načina opisivanja ipak ne bismo trebali poistovjeđivati (Machin 2007) (o multimodalnosti v. 3.4.). U tome je smislu značajno i istraživanje Thea Van Leeuwena, koji u članku o deset razloga zašto bi se lingvisti trebali pozabaviti vizualnom komunikacijom (2004) naglašava čestu integriranost verbalnoga i vizualnoga te govorne činove poima kao multimodalne mikroelemente u kojima radi određivanja komunikativne namjere dolazi do kombiniranja svih prisutnih sastavnica (znakova).

⁸ O mediju ovdje govorimo (u komunikološkom i semiotičkom svjetlu) kao o svojevrsnom komunikacijskom kanalu, pri čemu na umu imamo činjenicu kako čovjek okom, uhom (pa i drugim tjelesnim osjetilima) zaprima veoma različito organizirane signale i podražaje (Gilić 2018).

⁹ Memska pandemija predstavlja širenje mema koje zahvaća velika područja (više kontinenata ili, u našem slučaju, čitav svijet) i(li) čitave populacije (narode).

¹⁰ Zanimljivo je kako se širenje mema često dovodilo u vezu sa širenjem virusa, koji prelazi s osobe na osobu (rasprostire se populacijom), a tijekom vremena doživljava i određene mutacije (modifikacije). U današnjem su kontekstu (i u kontekstu ovoga rada) virusna i memska pandemija još uže povezani.

tako si osigurali daljnje širenje, dupliciranje i variranje¹¹. Tome je zasigurno pridonio i način njihove recepcije (odnosno ulaska u organizam recipijenta), koji se bazira na vizualnosti, pri čemu ne treba zaboraviti kako ljudski mozak prima čak 87 posto podataka očima (Pease 1991: 114), a na taj način, razumljivo, u ljudsko biće ulazi i najveći broj nooloških informacija (Borš 2011: 303).¹²

2.2. Opis istraživanja

Kao što je najavljeno, u ovome ćemo radu tematski i vremenski klasificirati memove o koronavirusu prikupljene s raznih društvenih mreža (uglavnom Facebooka i Instagrama¹³) i internetskih stranica u periodu od 12. ožujka do 28. travnja 2020. godine. Radni korpus čine ukupno 72 mema (uključujući jedan videomem). No, samo istraživanje uključivalo je praćenje puno većeg broja memova. Na temelju izabranog radnog korpusa, uspostavili smo klasifikaciju koja uključuje sedam tematskih razreda (i deset podrazreda) i tri vremenska razreda (s obzirom na datum njihova pronalaska/pojavljivanja). Spomenute ćemo klasifikacije po dvama kriterijima na samome kraju pokušati objediniti (spojiti) i, shodno tomu, izvesti zaključke o zastupljenosti memova u pojedinim tematskim razredima tijekom ustanovljenih vremenskih faza. Napominjemo ujedno kako će se u radu navoditi tek poneki primjeri iz korpusa (njihov manji dio), odnosno oni memovi koje smatramo reprezentativnima u pojedinoj kategoriji.

2.3. Tematska klasifikacija memova o koronavirusu

S obzirom na tematiku koja se u memovima iz prikupljenoga korpusa obrađuje uspostavljamo sljedeću shematsku podjelu po razredima i podrazredima¹⁴:

¹¹ Jasno, nakon ulaska u organizam recipijenta mem ne mora nužno naići na plodno tlo, odnosno u konačnici memsko se oponašanje ne mora dogoditi. Drugim riječima, zbog neatraktivnosti mema kod pojedinoga recipijenta memsko se umnažanje i transmisija mogu zaustaviti (Borš 2011: 303).

¹² Osim vizualnoga sustava kao najvažnijih *ulaznih vrata* pri percepciji mema (u širem smislu riječi), Borš (2011: 303–4) ističe i relevantnost auditivnoga, taktalnoga, gustacijskoga i olfaktornoga sustava.

¹³ Riječ je o društvenim mrežama koje u današnje vrijeme imaju najveći broj korisnika, a veliki broj otvorenih profila čine upravo stranice specijalizirane za širenje memova, što s obzirom na specifičnu formalnu stranu ovoga žanra posebno dolazi do izražaja na Instagramu, koji je zamišljen ponajprije kao platforma za dijeljenje fotografija.

¹⁴ U zagradama iza naziva/definicije pojedinoga (pod)razreda navedene su oznake primjera iz korpusa koji pripadaju tome (pod)razredu, što je pogodno za izvođenje zaključaka o količinskoj zastupljenosti primjera unutar pojedinih skupina.

1. Memovi s političkim aluzijama i konotacijama (1, 7, 55)

2. Memovi o mjerama sprječavanja širenja virusa:
 - A) Memovi o dezinficiranju i pranju ruku (3, 4, 28, 59, 71)
 - B) Memovi o socijalnom distanciranju, izolaciji i karanteni (10, 12, 21, 30, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 45, 46, 61, 64, 65, 69)
 - *Memovi o zapaštanju ljudi u izolaciji: debljanje (38, 39, 61, 69)
rast i neurednost kose (35, 45)
 - C) Memovi o zatvaranju poslovnih objekata, obrta i institucija (25, 32, 70)
 - D) Memovi o *online*-nastavi i procesima u obrazovanju (8, 13, 18, 57, 60, 63, 68)

3. Memovi koji sagledavaju epidemiju iz širega vremenskog konteksta
 - A) Memovi koji gledaju na epidemiju s optimističnim ili indiferentnim pristupom (5, 22)
 - B) Memovi koji gledaju na epidemiju s negativnim, pesimističnim pristupom (6, 16, 17, 27, 49)
 - * Memovi koji šire *moment katastrofičnosti* na cijelu 2020. godinu (6, 16, 17, 22, 49)

4. Memovi vezani za indirektno posljedice epidemije (bile one banalne ili ne) (11, 15, 47, 48, 54, 58)
 - * Memovi vezani za nadolazeći godišnji odmor (11, 15, 47)

5. Memovi o ponašanju ljudi u epidemiji (uključuje kako veće socijalne skupine (čitavu populaciju) tako i manje grupe, npr. mem 31 o političarima)
 - A) Memovi koji se odnose na pretjeranu reakciju ljudi na epidemiju (9, 14, 31, 37, 41, 42, 43, 44, 53, 62, 67, V1)
 - * Memovi o masovnom nabavljanju toaletnog papira (14, 37, 41, 42, 43, 44, 67)
 - * Memovi o *Corona* pivu (53, 62, V1)
 - B) Memovi koji se odnose na olako shvaćanje epidemije (23, 26, 29, 52, 56)
 - * Memovi koji se odnose na promjenu stanja (bezazleno postaje ozbiljnim) (23, 26, 52)

6. Memovi koji su odraz aktualnih stereotipa i teorija zavjere

Napomena: primjeri su označeni nasumičnim redoslijedom, brojevima od 1 do 71 (videomem nosi oznaku V1).

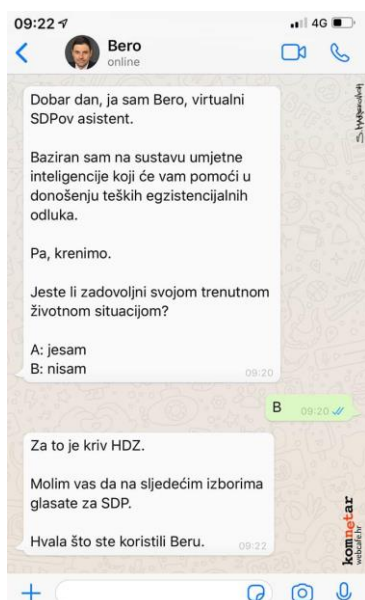
A) Memovi usmjereni prema određenim socijalnim (etničkim) skupinama (20, 24, 33, 34, 50)

B) Memovi usmjereni na pojedinca (2)

7. Autoreferencijalni memovi (51)

* Memovi s referencom na poznata umjetnička djela (64, 66, 69, 71).

U prvi su razred smještena tri mema s političkim konotacijama i aluzijama, a dotiču se, u domaćem kontekstu, kako desnih, tako i lijevih političkih opcija (trenutne vlasti, a i opozicije). Jedan primjer katastrofu izazvanu širenjem virusa generalno dovodi u vezu s uništavanjem općezastupljenoga društveno-političkog poretka današnjice (kapitalizma).



Izvor: Facebook, webcafe.hr, 15.4.2020.
Sakupio: Darko Vasilj



Izvor: Facebook, 5.4.2020.
Sakupio: Darko Vasilj

Vlasti su većine svjetskih država u cilju sprječavanja daljnjega širenja pandemije uvele manje ili više stroge mjere koje su građani dužni poštivati. One su, kako znamo, tijekom vremena (kako se vrhunac pandemije približavao) postajale sve rigoroznijima: prvotno su bile ograničene tek na preporuke (najčešće vezane za održavanje higijene, npr. pranje i dezinficiranje ruku), a s vremenom su počele podrazumijevati obvezno socijalno distanciranje (izolaciju i karantenu), što se snažno odrazilo na ponašanje populacije (to je vidljivo i iz količine sakupljenih memova u ovoj kategoriji). Posebno su popularnima postali memovi koji

tematiziraju debljanje u vrijeme pandemije (kao posljedica stalnoga boravka kod kuće i nekretanja), kao i oni o rastu kose, što je povezano sa sljedećim, c-podrazredom (zatvaranje frizerskih salona i drugih obrta). Kako iznimno velik postotak korisnika društvenih mreža čine upravo mladi (dakle, i studenti), u zaseban podrazred valja izdvojiti i memove o održavanju *online*-nastave, koja je postala učeničkom i studentskom svakodnevicom.

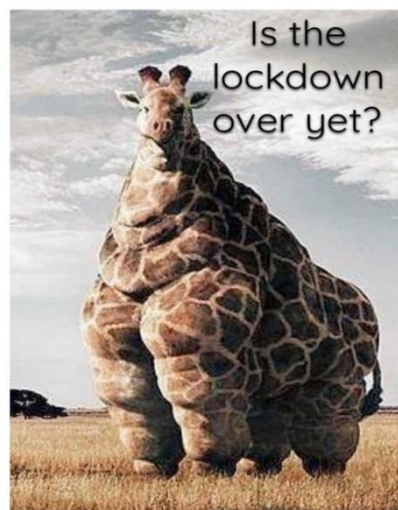
Podrazred 2A:

Kad vidiš da netko ima gel za dezinfekciju ruku



Izvor: Facebook, 18.3.2020.
Sakupio: Darko Vasilj

Podrazred 2B (1):



Izvor: Parade, 20.4.2020.
Sakupio: Darko Vasilj

Podrazred 2B (2):

**SOCIAL DISTANCING
CHAMPION**



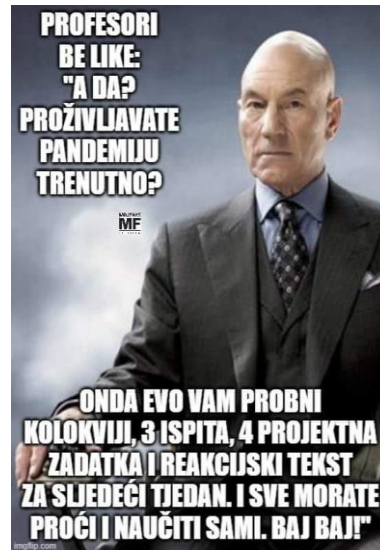
Izvor: Parade, 20.4.2020.
Sakupio: Darko Vasilj

Podrazred 2C:



Izvor: Facebook, Net.hr, 24.4.2020.
Sakupio: Darko Vasilj

Podrazred 2D:



Izvor: Facebook, 31.3.2020.
Sakupio: Darko Vasilj

Trećem razredu pripadaju memovi koji sagledavaju pandemiju u širem vremenskom kontekstu, odnosno pokušavaju uspostaviti odnos *katastrofičnosti* koja iz nje proizlazi prema drugim događajima iz bliže ili dalje prošlosti. Pri tome će jedni primjeri pristupati problematici optimistično (u smislu *lako ćemo izaći s time na kraj*), a drugi pesimističnije. Kao posebnu skupinu unutar ovoga razreda izdvajamo memove koji uzimaju u obzir cijelu 2020. godinu i proglašavaju je lošom, negativnom (dakle, koronavirus se smatra samo jednom u nizu loših okolnosti zaslužnih za trenutnu situaciju).



Izvor: Facebook, 17.3.2020.
Sakupio: Darko Vasilj



Izvor: Facebook, 16.4.2020.
Sakupio: Darko Vasilj

U četvrtu skupinu smještamo memove koji također promatraju pandemiju u širem kontekstu, no uglavnom se referiraju na budućnost, točnije osvješčuju njezine potencijalne indirektno posljedice (kreću se u rasponu od potpuno banalnih pa do ozbiljnih). Velik postotak primjera u ovome razredu, zanimljivo, odnosi se na način provođenja ljetnoga godišnjeg odmora.



Izvor: Factober, 12.3.2020.
Sakupio: Darko Vasilj



Izvor: Twitter (preko Facebooka), 17.4.2020.
Sakupio: Darko Vasilj

Peti se tematski razred sastoji od dvaju podrazreda, a okuplja memove koji se dotiču ponašanja ljudi za vrijeme pandemije, kako populacije u cjelini, tako i pojedinih socijalnih grupa (npr. političara). Reakcije su na pandemiju dvojake: prva skupina pojedinaca reagira pretjerano (što posebno uzima maha u suludom nabavljanju zaliha toaletnoga papira ili, primjerice, u američkoj histeriji vezanoj za konzumiranje piva imena *Corona*), a druga skupina virus shvaća olako (ne drže se mjera i preporuka). Izdvajaju se i tri mema koji pokazuju prijelazna obilježja između tih dviju krajnosti (točnije, olako shvaćanje pandemije nestaje, a svijest o ozbiljnosti situacije raste).

When this ends::



Mother Of Sarcasm
Instagram : [Instagram.com/SarcasmMother](https://www.instagram.com/SarcasmMother)
Загруженное с телефона · 17 апр. ·
Полноразмерное фото

Izvor: Facebook, sarcasmmother, 17.4.2020.
Sakupio: Darko Vasilj

"Uspio sam! Mama i tata će biti ponosni."



Izvor: Facebook, Studentski.hr, 28.4.2020.
Sakupila: Dejana Pacina

Meanwhile, Inside the fridge



Izvor: Factober, 12.3.2020.
Sakupio: Darko Vasilj



Izvor: Factober, 12.3.2020.
Sakupio: Darko Vasilj

Očaj u kojemu se svijet i svjetska populacija nalaze u vrijeme katastrofe nerijetko rezultira pojavom raznih stereotipa, koji ispunjavaju ulogu pronalazača neposrednih krivaca za nezavidno stanje u kojemu se društvo našlo. Stereotipi se često vežu za teorije zavjere, znanstveno nepotvrđene činjenice (naklapanja, spekulacije) o određenom društvenom fenomenu. Kako se epidemija rodila u kineskom gradu Wuhanu, na udaru su se etničkih stereotipa najprije našli Kinezi. Dolaskom virusa u Europu isto se dogodilo Talijanima¹⁵ (Italija je bila vodećim europskim žarištem pandemije). Takvih se stereotipa¹⁶, kao i nezaobilaznih ismijavanja poznatih *lokalnih* pojedinaca, tiču memovi šestoga razreda.



Izvor: Facebook, 17.3.2020.
Sakupio: Darko Vasilj



Izvor: Factober, 12.3.2020.
Sakupio: Darko Vasilj

¹⁵ Novonastale stereotipe o susjedima Talijanima valjalo bi dovesti u vezu s onima postojećima, s kojima se susrećemo već u imagološki obojenim djelima starije hrvatski književnosti, ispunjenima mnogim zanimljivim heteropredodžbama (stereotipima o Drugom). Neke od njih, referirajući se na Nazorova *Velog Jožu*, spominje i Bešker (2011: 31) izdvajajući domaće poimanje Mlečana (ali i svih Talijana) kao „podla, pokvarena, koristoljubiva čovjeka, fizički i duhovno sitna, upravo Mlečića, uvijek spremnoga da se okoristi hrvatskom dobrodušnošću“.

¹⁶ U kontekstu spomenute imagologije jedan od njezinih značajnijih proučavatelja S. Fischer (2009) odbacuje pojam *stereotipa*, smatrajući ga neprikladnim, te umjesto njega predlaže termin *imagotip*.



Izvor: Facebook, 6.4.2020.
Sakupio: Darko Vasilj

Posljednji, sedmi razred zastupljen je u korpusu samo jednim primjerom. Riječ je o autoreferencijalnome memu. On se, dakle, osvrće općenito na same memeove o koronavirusu (i svjedoči o njihovoj važnoj socijalnoj ulozi u ovim teškim vremenima).



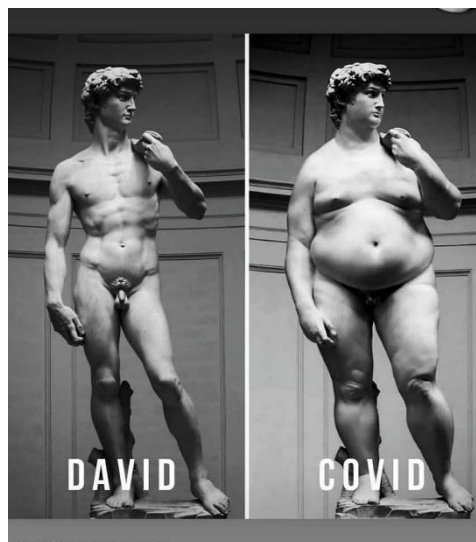
Izvor: Factober, 12.3.2020.
Sakupio: Darko Vasilj

Kao posebnu skupinu memova željeli bismo istaknuti memeove koji se referiraju na neko otprije poznato umjetničko djelo (kako iz likovne umjetnosti, tako i iz književnosti), tj. citatno ga zapravo upisuju u intermedijalnoj igri, njegovom su aktualnom varijacijom. Ipak, čini se kako o njima tek uvjetno možemo govoriti kao o zasebnome (osmom) razredu jer se primjeri te skupine sasvim lako dadu svrstati u neke od ranije opisanih razreda.

Da je Kozarac doživio
2020. godinu:



Izvor: Instagram, lingvisticke.baljezgarije, 28.3.2020.
Sakupila: Dejana Pacina



Izvor: Instagram, whitesquaree, 20.4.2020.
Sakupila: Dejana Pacina

Nakon razjašnjavanja i definiranja pojedinih tematskih razreda, a prije posvećivanja vremenskoj klasifikaciji i sjedinjavanja dviju podjela, čime će na vidjelo izići i sama nužnost formiranja tematskih klasifikacijskih razreda baš u navedenome obliku, donosimo tablicu s informacijama o količinskoj zastupljenosti primjera u uspostavljenim razredima i podrazredima:

Razred	Podrazred	Količina
1		3
2		31
	2A	5
	2B	16
	2C	3
	2D	7
3		7
	3A	2
	3B	5
4		6
5		17
	5A	12
	5B	5
6		6
	6A	5
	6B	1
7		1
*8		4

2.4. Vremenska klasifikacija memova o koronavirusu

Vremensku ćemo klasifikaciju, radi jednostavnosti, temeljiti na trima periodima pandemije (odnosno vremena koje je obuhvaćeno istraživanjem). Prvo se razdoblje odnosi na memove sakupljene između 12. ožujka i 31. ožujka (riječ je, dakle, o vremenu kada se u Republici Hrvatskoj tek počinju uvoditi ozbiljnije mjere, dok je u samome svijetu i dijelu Europe pandemija već uzela maha). U drugoj fazi (od 1. travnja do 15. travnja), koja obuhvaća najmanji broj primjera iz korpusa, ustanovljene se mjere produžuju (pandemija se razbuktava i u kontekstu domaćih prilika te ogorčenje ljudi pod strogim mjerama postaje sve većim). Posljednja, treća faza odnosi se na period od 16. travnja do kraja istraživanja (28. travnja), kada se već polako počinje nazirati svjetlo na kraju tunela (razmišlja se o popuštanju mjera, a zaraza polako ali sigurno kreće jenjavati).

U nastavku donosimo tablicu u kojoj su primjeri iz korpusa svrstani s obzirom na vremensko pojavljivanje/pronalazak. U posljednjem je retku tablice naveden i ukupan broj primjera u pojedinoj grupi:

12.3. – 31. 3.	1.4. – 15.4.	16.4. – 28.4.
3, 4, 5, 8, 9, 12, 13, 14, 16, 22, 23, 24, 25, 26, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 58, 64, V1	1, 2, 7, 10, 11, 17, 19, 20, 21, 26, 28, 60, 62, 65	6, 15, 18, 27, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 57, 59, 61, 63, 66, 67, 68, 69, 70, 71
27	14	31

2.5. Zaključci istraživanja i klasificiranja

Nakon uspostavljanja tematske i vremenske klasifikacije sedamdeset i dvaju sakupljenih memova valjalo bi navedene kriterije svesti podjedno i izvesti zaključke s obzirom na zastupljenost memova iz pojedinih tematskih razreda u svakoj od triju vremenskih faza. Takvom smo analizom došli do sljedećih zaključaka:

1. Kako karantena odmiče broj se memova u drugome tematskom razredu snažno povećava (ljudi su sve duže u izolaciji, na vidjelo dolaze direktne posljedice mjera, a to se prenosi i na memove);

2. Zastupljenost memova u trećem razredu s vremenom opada (ljudi se više koncentriraju na domaće aktualne prilike i probleme, a rjeđe promatraju epidemiju u globalnoj sferi);
3. Događanja u četvrtom razredu idu u korak s trećim razredom – prvo se nastojala prikazati globalna slika (indirektne posljedice i *udaljenija* razmišljanja i problemi), a potom je veći naglasak stavljen na trenutne probleme (direktne posljedice s kojima se suočavamo);
4. Memovi o ponašanju ljudi stalno su zastupljeni, a njihova tematika varira s obzirom na novonastale okolnosti (uvođenje novih mjera, pojava novih fenomena i problema);
5. Iako u korpusu nema mnogo memova koji se odnose na stereotipe (u svakoj se fazi javljaju *samo* dva takva mema), možemo reći kako tipiziranje i etiketiranje pojedinih skupina ljudi (najčešće etničkih) ne nestaje bez obzira na nova saznanja koja im ne idu u prilog;
6. Memovi koji za podlogu uzimaju neko otprije poznato umjetničko djelo pojavljuju se relativno kasnije;
7. Tematika memova o mjerama (razred 2) mijenja se obzirom na uvođenje novih mjera (npr. na početku su češći memovi o dezinfekciji ruku jer je to jedna od najranije uvedenih mjera/preporuka).

Sve u svemu, zaključujemo kako su memovi opravdali svoj povlašteni položaj u kontekstu aktualne problematike, a njihovo se brzo širenje (zahvaljujući nezaobilaznom internetu i popularnosti društvenih mreža) uistinu može dovesti u vezu sa samom tematikom na koju se referiraju (širenje koronavirusa, vjerojatno najveće pošasti koja trenutno pogađa svijet i ispisuje stranice povijesti), kao i zadovoljenjem osnovnih ljudskih potreba, što ih u danom trenutku čini posebno atraktivnima (Maslow 1943). Kao što je sama usmena književnost to oduvijek činila i još uvijek čini, tako i memovi, kao jedan od njezinih novijih žanrova, u društvu ostvaruju posebnu, nezamjenjivu ulogu i u ovakvim su teškim trenucima ljudima i više nego potrebni, osobito imajući na umu šaljivost i dosjetke kojima isti odišu, ujedno vjerno reprezentirajući stvarnu društvenu sliku (kulturnu pozadinu) iz koje proizlaze.

3. Humor u memovima o koronavirusu¹⁷

Imajući u vidu ideju mema kao jedinice kulturnoga prijenosa, jedinice oponašanja i informacije, lako je zaključiti da se u njegovoj pozadini nalaze značajne jezične i vizualne strukture.¹⁸ U tome smislu mem funkcionira kao vrsta složene ideje koja kao mentalni prikaz postaje zarazna i potiče stvaranje vlastite kulture (usp. Borš 2011: 289). U odnosu na mem kao jedinicu kulturne evolucije, u radu će se analizirati sredstva proizvodnje humora, odnosno pokušat će se razjasniti zašto su određeni memovi smiješni, kako jezik pridonosi takvome ostvaranju humora, kakva je uloga medija u kojemu se mem i humor ostvaruju te kako se uspostavlja komunikacija između mema i recipijenata.

Na samome početku valja uzeti u obzir čovjekovu težnju za preslikavanjem i prenošenjem stvarnosti, vlastitih okupacija te emocija u imaginarni svijet koji sam stvara. Od slične činjenice polazi i Vanja Borš tvrdeći da: „čovjek preko razuma (samosvijesti) transcendirira prirodu i tako stvara jedno novo, samo njemu svojstveno, područje (...)” (Borš 2011: 288). Takvo područje obilježeno čovjekovim djelovanjem temeljeno je na umnažanju. U uskoj je vezi s time tendencija za umnažanjem koju mem posjeduje, pomoću koje nastaje i širi se. Memskim oponašanjem stvarnosti čovjek stvara mem. Kasnije ćemo vidjeti kako upravo oponašanje može biti temelj proizvodnje humora. Uz svu važnost humora (verbalnoga i neverbalnoga) i jezičnoga ostvaraja, ne treba zanemariti važnu ulogu vizualnoga medija, interneta kao mjesta odvijanja komunikacije te digitalizacije kulture.

Iza svih tih komponenata stoji, naravno, kulturna pozadina i stvarnost. S obzirom na događanja vezana uz pandemiju koronavirusa koja je uzdrmala svaki aspekt života i odvijanja svakodnevice, materijala za čovjekovo oponašanje i reagiranje ne nedostaje. Potencijal i atraktivnost mema pokazali su se vrlo plodnima za nastanak široka spektra humora usko povezana s ljudskim emocijama i percepcijom novonastalih okolnosti¹⁹.

¹⁷ Autorica je ovoga dijela rada (poglavlja 3.1. – 3.5.) Dejana Pacina.

¹⁸ Više o memu kao žanru v. 2.1.

¹⁹ O kulturnoj pozadini koja je uvjetovala nastanak i širenje memova v. 2.1.

3.1. Značajke vizualne komunikacije

Svakodnevno obasipanje informacijama koje primamo putem vizualnih medija (vijesti, reklame, zabavni sadržaji...) sugerira mogućnost govora o vizualnoj kulturi koja je u suvremeno globalizacijsko doba uzela maha. Razni oblici elektroničkih slika funkcioniraju kao poruka društvenoga ili komercijalnoga sadržaja. U tome smislu možemo govoriti o vizualnome jeziku koji prenosi informacije i formira ukus publike, no vrlo je važno istaknuti da su na taj način prenesene poruke zapravo nadomjestak za govorni jezik²⁰. Prijenos velikog broja podataka u jednostavnu sliku, odnosno jednostavan oblik osigurava brže i jednostavnije prenošenje poruke koja bi u govornome ili pisanome obliku bila znatno složenija (Turković: 2006: 326). Na isti način bogatstvo vizualnoga sadržaja ističe i Stefan Majetschak: „Nekako je ono što je prikazano na slici i samo tu – puno bliže i neposrednije nego u bilo kakvu jezičnom opisu koji može opisati predmetni objekt tek uz pomoć diskurzivnih rečeničnih sljedova i arbitrarnih znakova (riječi).” (2009: 58). Vizualni medij teži ekonomičnosti i simboličnosti, što se dobro vidi upravo na primjeru memova koji nerijetko uspijevaju prenijeti sadržajno bogatu i razumljivu poruku bez uporabe riječi. Stoga takav prijenos informacija ne podrazumijeva sustav znakova pomoću kojega se između pošiljatelja poruke i publike razvija dijaloški odnos u pravome smislu riječi (isto).

Vizualno se mišljenje vrlo često prevodi u verbalni jezik kako bi bilo široko shvaćeno, no to ne umanjuje njegovu vrijednost i funkciju u prijenosu informacija. Upravo se ta prevođenja koriste i u ovome radu u kojemu se analizira materijal prikupljen iz vizualnih medija, a značenje i važnost njegova sadržaja objašnjavaju se i razlažu verbalnim (pisanim) jezikom. Kako navodi Vera Turković, čak i kada osvijestimo da spoznajni proces počinje s vizualnim formama, uvijek o njima progovaramo kako bismo ih razumjeli pomoću vlastitih mentalnih konstrukata (isto). Međutim, nesumnjivo je da slika (vizualno predočenje) donosi bogatu, kompleksnu informaciju koristeći univerzalni vizualni jezik koji omogućuje komunikaciju među generacijama koju osigurava psihološki učinak boja i oblika. Simbolizam je vizualnoga medija instrument znanja, ali i metoda izražavanja koja otkriva aspekte realnosti koji izmiču drugim oblicima izražavanja (Turković 2006: 332). Njegova je prednost u tome što omogućuje jednostavno izražavanje mišljenja. Vrlo je važno istaknuti kako poruka prenesena slikom postiže viši stupanj identifikacije i empatije jer donosi istinu svijeta (stvarnosti)

²⁰ Posredovanje iskustva i prenošenje informacija te oponašanje govora i zamjena za usmenu komunikaciju rezultati su učinaka vizualne komunikacije, a osim u memovima, uočljivi su i u *tweetovima* (v. 4.1.).

prikazom koji na neki način spašava dušu, uspostavlja ravnotežu između stvarnoga i imaginarnoga svijeta te proizvodi određeni učinak (Turković 2006: 335). Spomenuti se određeni učinak može, dakako, različito tumačiti, npr. Christiane Kruse donosi Platonovo viđenje, koje se bitno razlikuje od svega do sada navedenoga u vezi vjerodostojnosti i oponašanja, sljedećim riječima: „Budući da slika neke stvari nije ta stvar sama, nego je kao njezina imitacija tri stupnja udaljena od istine, od ideja, ona može, kaže Platon, služiti samo laži, obmani i prividu.” (2009: 84). Takvo tumačenje navedenoga otvara prostor za diskusiju i promjenu svega do sada rečenoga i svega što će biti rečeno u ovome radu, stoga je doneseno samo kao ilustracija različitih mogućnosti tumačenja oponašanja i sugeriranja koje vizualnost donosi. Dakle, rad će biti konstruiran u skladu s prethodno iznesenim činjenicama o neposrednosti, bogatstvu i vjerodostojnosti vizualnoga prikaza.

Nemoguće je zaobići činjenicu da su različite komunikacijske tehnologije izmijenile način širenja znanja i informacija. Međutim, internet se svojim višenamjenskim funkcijama bitno ističe u odnosu na druge medije. Osim što je važan alat svakodnevnoga života, zamišljen je i kao zaseban prostor u kojemu se ljude poziva na sudjelovanje i rad na zajedničkome terenu. Vrlo je važan i besplatan medij za pristup informacijama, karakterizira ga dominacija kolektiva čiji se duh očituje u stvaranju kreativnih djela. Takav način strukturiranja znanja omogućuje pojedincu komuniciranje i ujedinjenje razmišljanja s drugima. Dakle, okupljanje u digitalnoj zajednici podrazumijeva uspostavljanje elektroničke i društvene veze.

3.2. Čemu se čovjek smije?

Imajući na umu sposobnost vladanja jezikom te proizvodnju i razumijevanje humora kao obilježja svojstvena ljudskome rodu, nemoguće je i tome ne posvetiti bar dio pažnje. Smijeh, osim što funkcionira kao obrambeni mehanizam, nerijetko pridonosi i osnaživanju osjećaja zajedništva tako da se skupinu prema kojoj se gaje negativni osjećaji ismije (usp. Marković 2019: 177). Stoga smijeh uvijek kreće od nečega što je ljudsko, što je čovjeku imanentno. Ismijavanje u današnjoj suvremenoj okolini ima iznimno izražena izvorišta samim time što je suvremeno društvo puno proturječja te se na njegovoj površini jasno izdvajaju uspješniji pojedinci koji su ovladali vještinama potrebnima za opstanak ukorak s galopirajućom globalizacijom od onih manje snalažljivih čija se neukost i primitivizam daju lako ismijati i oponašati. Međutim, obje grupe ljudi podliježu ismijavanju, kako navodi Ivan Marković: “(...) glupost je smiješna uvijek, inteligencija je smiješna samo onda kad je povezana s moralno

dvojbenim vladanjem i pribavljanjem osobne koristi (...)” (2019: 178). Ismijavanju vrlo često podliježu i etnički stereotipi²¹ kojima se naglašavaju neuspjesi i nepoželjne osobine²². Takav ostvaraj humora, a na tragu istraživanja Christiea Daviesa, Marković objašnjava na sljedeći način: „Etnički vic jest onaj kojime jedna skupina ljudi drugoj skupini, koja se smatra narodom ili područno odijelitim dijelom naroda, kao svojemu predmetu sprdnje, odnosno meti pripisuje, prišiva kakvu nepoželjnu odliku ili način vladanja.” (isto).

Kako tvrdi Henry Bergson na samome početku svoje knjige *Smijeh – o značenju komičnoga*, komično ne postoji izvan onoga što je čisto ljudsko (1958: 2). Ne smijemo se nekoj konkretnoj stvari ili pojavi, nego njenu obliku koji joj je dao čovjek i ljudskoj čudi koja mu je dala svoj kalup. Pri tome, da bi smiješno u punoj mjeri ostvarilo svoj učinak, obraća se intelektu kako pojedinca tako i određene zajednice ili kolektiva jer se čovjek ne može smijati ako se osjeća osamljeno. Smijeh zahtijeva odjek koji se kreće unutar određena kruga neodređene prostranosti (Bergson 1958: 3), ali određena intelekta. Drugim riječima, ljudi koji se smiju određenoj šali, vicu ili memu sposobni su dovinuti se značenju i smislu takva humora znajući i informacije koje stoje u pozadini, odnosno koje su potaknule nastanak takva humora. Dakle, takva skupina ljudi raspolaže istim ili vrlo sličnim kolektivnim ili čak enciklopedijskim znanjem, ali njeni članovi ne moraju nužno biti usko povezani u prostornome smislu (istoj se šali mogu smijati ljudi u različitim gradovima i državama). U tome je smislu svaki smijeh uvijek smijeh jedne grupe (isto). Smijeh mora odgovarati zahtjevima zajedničkoga života, ljudi u njemu moraju prepoznati ono od čega on kreće imajući na umu njegovo društveno značenje.

Ključ je u tome što se određeni komični učinak čovjeku čini smiješnim upravo zato što mu se njegov uzrok čini prirodnim. Situacija kojoj čovjek neposredno svjedoči i prati njen razvitak izaziva smijeh koji se beskonačno pojačava gomilanjem različitih efekata (Bergson 1958: 13). Ta činjenica djelomično objašnjava nastanak i razvitak anegdota, viceva, grafita i memova o pandemiji koronavirusa jer je to situacija kojoj golem broj ljudi svjedoči, prati njen razvitak i višestruke posljedice prepoznavajući različite aspekte kao temelje razvoja humorističnoga efekta. Bilo kakva nagla promjena koju zamjećuje određena skupina ljudi nije smiješna sama po sebi, smijeh potiče ono što je u njoj nespretno, ono što dovodi do promjene situacije i ustaljenih obrazaca ponašanja (Bergson 1958: 11). U trenutku kada se društvo nalazi pred nečime što ga uznemiruje, smijeh se javlja kao neka vrsta društvene geste. Poljuljanošću i

²¹ Primjer mema takve tematike (v. 2.3.).

²² U slučaju novonastale pandemije u takvu su se položaju našli Kinezi i Talijani.

strahom koje zadaje društvu ismijavajući neki njegov segment, smijeh suzbija ekscentričnost, drži u međusobnom dodiru usputne aktivnosti i čini gipkim sve što bi moglo zapasti u krutost na površini društva. Upravo je ta krutost i neelastičnost tijela, duha i karaktera ljudi ono što je smiješno, a smijeh joj je kazna. Djelatnosti i dispozicije koje ugrožavaju pojedinačni ili društveni život, krutost tijela, duha i karaktera koju društvo želi otkloniti zadobiva gipkost i viši stupanj druželjubivosti podvrgavanjem smijehu (Bergson 1958: 17)²³. Prema tome, smijeh ne ovisi o čistoj estetici. Ukratko rečeno, smijeh je korektura, odnosno društvena gesta koja ističe i kažnjava rastresenost ljudi i doživljaja, a komičnost funkcionira kao aspekt ljudskoga doživljaja, kao beživotni pokret koji izražava individualno ili kolektivno nesavršenstvo koje zahtijeva korekciju (Bergson 1958: 51–52).

Komičnost slično tumači i Josip Užarević tvrdeći kako komika rastvara privid apsolutne izvjesnosti uvođenjem stajališta s kojega se općenito vidi kao pojedinačan slučaj i tako postaje smiješno uz zahtjev za apsolutnom važnošću (2012: 66–67). Nesvjesni psihički mehanizmi potiču čovjeka na stvaranje humora kao jedne od najvažnijih obrambenih radnji. Pri tome, predmet ismijavanja nisu ljudi kao individualne osobe, nego njihova funkcija, status, profesija te pripadnost društvenoj grupaciji (Užarević 2012: 73). Humornost se očituje na planu sadržaja (teme iz humornih situacija svakodnevna života pojedinca i društva) i planu izraza (struktura, kompozicija). Oponašanje se ističe kao važno sredstvo stvaranja komičnosti lišene distanciranosti i prevelike koncentracije pažnje, ali ne i oslobađanja afekata (Užarević 2012: 63). Naime, različite formule i oblici ponašanja omogućuju nastanak okvira u koji će se postaviti komično. Prema tome, ne postoji nijedan stvaran, ozbiljan, dramatičan prizor koji mašta ne može dovesti do komičnosti stvaranjem jednostavne slike.

3.3. Humor u memovima o koronavirusu

Imajući u vidu cjelinu pozadinskoga znanja o pandemiji koronavirusa i prethodno iznesene činjenice o oponašanju te funkciji mema, važnosti vizualne komunikacije i interneta, lako je razumjeti ishodište različitih memova o koronavirusu.

²³ Život i društvo od pojedinca traže da razabire i osvješčuje položaje u kojima se nalazi, ali istovremeno zahtijeva i gipkost duha i tijela koja mu pomaže prilagoditi se. Riječ je o napetosti i elastičnosti kojima se život poigrava. Kada se odlike ozbiljna života ostave sa strane, pojedinac može opstati u zajednici s drugim ljudima bez obzira na stalnu potrebu prilagođavanja (Bergson 1958: 17).

Naime, vizualni karakter interneta i samih memova ostavlja dojam proširenja iskustva. Između sastavljanja i vizualizacije takva sadržaja (kao i između čitanja i pisanja) stoji proces povezivanja različitih izvora u svrhu dopiranja do pojedinaca spajanjem pripovijesti i vjerovanja (Bronner 2009: 24). U tome smislu, internet kao temeljni bezvremenski oblik komunikacije olakšava, posreduje i proizvodi tradiciju. Očito je da je riječ o tehnološkome i institucionalnome kontekstu stvorenoga od slika i teksta. Manipulacijom slike i teksta stvara se okvir za igru u kojoj je humor podijeljen među članovima društvene mreže (Bronner 2009: 25). Upravo je takav tip manipulacije zastupljen u prikupljenome korpusu kojim se ovaj rad bavi, uz udio humora ostvarena igrom riječi.

Analiza humora i jezika u reprezentativnim memovima iz prikupljena korpusa započet će bavljenjem onim memovima koji sadrže nešto općenitije informacije. To su memovi koji tematiziraju opće društveno stanje te prenose informacije o univerzalnim osjećajima frustracije, nelagode, nestrpljivosti i težine prilagođavanja novonastaloj situaciji.

Takve informacije donose memovi poput sljedećih.

Kad vidiš da netko ima gel za dezinfekciju ruku



Izvor: Facebook, 18. 3. 2020.

Sakupio: Darko Vasilj

Primjer 1



Izvor: Instagram (zaludan_marenko), 17. 4. 2020.

Sakupila: Dejana Pacina

Primjer 2



Izvor: Facebook, 5. 4. 2020.

Sakupio: Darko Vasilj

Primjer 3

**"Ova karantena valjda ne bi trebala trajati više od 4 tjedna..."
Koronavirus:**



Izvor: Facebook, 5. 4. 2020.

Sakupio: Darko Vasilj

Primjer 4

Svaki od navedenih primjera karakterizira opća poveznica sa stvarnošću, odnosno spektar emocija koje uzrokuju suosjećanje.

Primjer 1 tematizira povećanu uporabu i pomamu za dezinfekcijskim sredstvima za vrijeme pandemije, ali i karakterističnu za potrošačko društvo. Samim oponašanjem čovjeku bliske, neizbježne situacije kojoj on svjedoči stvara se istinski osjećaj suosjećanja, nelagode i poistovjećivanja. Stoga čovjek na takav sadržaj, popraćen ilustracijom, reagira nekom vrstom smijeha prepoznajući istinitost i iskrenost osjećaja koji čine podlogu tome sadržaju. Poruka je toga mema vrlo jednostavna i razumljiva te efikasno komunicira istinitost stvarajući univerzalan efekt prepoznavanja. Jezik kojim se taj mem koristi jednostavan je i služi privlačenju pozornosti na ilustraciju s kojom odlično korespondira. Ilustracija u ovome slučaju nosi snažan humoristični efekt zahvaljujući gestama i izrazima lika kojega prikazuje i koji je nositelj srži pojedinčeva prepoznavanja.

Primjer 2 vrlo jasno, sažeto i humoristično prikazuje opće stanje zabrane kretanja²⁴ koje su mnogi kršili izvodeći svoje pse u šetnju. Humor u ovome slučaju počiva na svjesnosti o ljudskome lukavstvu, ali je u centru stvaranja humoristična učinka pas, a ne čovjek. Taj postupak dodatno pridonosi humorističnome efektu jer se određena ljudska aktivnost ismijava prikazivanjem čovjekove mane ili nepromišljena postupka preko posrednika (u ovom slučaju

²⁴ O ograničenjima i stanju smanjena kretanja te njihovim posljedicama v. 2.3.

psa). U takvome je slučaju veća vjerojatnost da će se pojedinac nasmijati ljudskoj gluposti, nego da će se prepoznati u prikazanome kontekstu. Mem, naime, svjedoči o razmjeru u kojemu mnoge suvremene aktivnosti ovise o brznoj promjeni i prilagodbi vještina i znanja koju promjena zahtijeva²⁵. U ovome su slučaju jezik i slika ravnopravni, jedno drugome daju smisao, a humorističan se učinak postiže i time što znamo da pas ne posjeduje mogućnost odgovora na pitanje, što je i jasno istaknuto uporabom naziva za karakteristično glasanje psa (*Ima da prolaješ*).

Primjer 3 vješto koristi prevladavajuću situaciju pandemije i krize u društvu i državi kako bi ismijal generalno političko stanje. Politički moćnici i stranke postaju mjesto prikaza političke, birokratizirane gluposti (Marković 2019: 191). Sadržaju mema odgovara tvrdnja H. Bergsona prema kojoj je: „smiješna svaka slika koja nameće društvo kao prurušeno” (Bergson 1958: 30), takva slika, dakle, predstavlja svojevrsnu „društvenu maskeradu”, kako to Bergson naziva. Mem svjedoči o gluposti i prefriganosti koje često podliježu ismijavanju i kojima će se mnogi nasmijati, a u ovome su slučaju predstavljene kao uzrok poljuljana stanja u društvu. Vizualni prikaz ovdje služi samo konkretizaciji meta na koje se sadržaj mema odnosi, dok verbalni dio ima važan udio u proizvodnji smijeha kojim mem uspostavlja interakciju s publikom i signalizira opće stanje tjeskobe. Međutim, smijeh koji se javlja kao reakcija na sadržaj obrambeni je mehanizam koji ublažava stresnu situaciju.

Primjer 4 suprotstavlja moć vladajućega virusa stručnome predviđanju njegova trajanja. Riječ je o levitiranju, prebacivanju između realnoga i idealnoga koje rezultira ironijom i humorom (Marković 2019: 53). Vizualizirani dio mema pridonosi intenziviranju sadržaja i humorističnoga učinka ukazujući na intenzitet i brzinu zaoštavanja situacije u stvarnosti kojoj su svi podložni. Dakle, ponovno je naglasak stavljen na poistovjećivanje sa izvanjskim svijetom koji je memskim oponašanjem premješten u imaginarni, vizualni svijet ne bi li smijehom kreirao nešto prihvatljiviju situaciju.

²⁵ O takvoj vrsti razmjera nešto više donosi I. Marković (2019: 183).



Izvor: Facebook, 24. 4. 2020.

Sakupio: Darko Vasilj

Primjer 5



Izvor: Facebook (Factober), 12. 3. 2020.

Sakupio: Darko Vasilj

Primjer 6

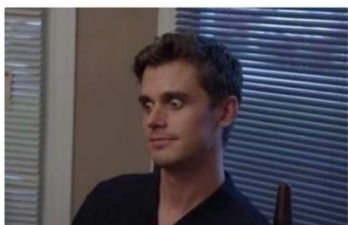
Primjeri 5 i 6 svaki na sebi svojstven način svjedoče o intenziviranju epidemiološke situacije koje se odražava na intenziviranje ljudskih osjećaja. Naglasak je na porastu ljudske rastresenosti koja uzrokuje porast humorističnoga efekta zahvaljujući emocionalno obojenima vizualnim prikazima. Ta dva primjera dobro oslikavaju činjenicu da digitalna kultura naglašava prikaze stvarnosti i ishode poruka te istovremeno povezuje ljude jer se određenome događaju pridaje značenje ovisno o tome kako ga neka grupa ljudi doživljava (Bronner 2009: 37). Uglavnom je riječ o osjetljivoj temi i neposrednome društvenome kontekstu.

Pozadina i izvor *primjera 5* jasni su, ali ono što mem čini još dojmljivijim svakako je približavanje karikaturi. Karikatura ostavlja dojam pretjerivanja, u ovome smislu na razini fizičkoga izgleda²⁶ osobe i na razini ozbiljnosti i mogućega trajanja epidemiološke situacije. Da bi pretjerivanje bilo komično, ne smije se pojavljivati kao cilj, već kao sredstvo kojim se autor služi kako bi prikazao iskrivljenja koja prepoznaje u svome okruženju (Bergson 1958: 20). To je načelo poštovano i vrlo precizno primijenjeno u *primjerima 5 i 6*. U *primjeru 5* tekst samo navodi publiku da pažnju posvete karikirano uobličenoj fotografiji koja je zapravo nositelj

²⁶ „Na ljudskome je licu, tijelu smiješno ono što podsjeća na krutost, nepokretljivost i naviku koja se ne mijenja. Upravo je iz toga razloga smiješna i karikatura čija je odlika umijeće hvatanja teško opažljiva trenutka fizičkoga stanja kojega pretjerano uvećava kako bi on postao svima uočljiv.” (Marković 2019: 47).

poente i humorističnoga učinka²⁷. *Primjer 6* poentu usmjerava na isti način prilagođavajući intenziviranje vizualnoga prikaza intenziviranju stanja u stvarnome svijetu. Porast ljudske rastresenosti i tjeskobe u stvarnome svijetu uvjetuje porast humorističnosti u imaginarnome svijetu. Dakle, riječ je memskome oponašanju unutrašnjosti zajednice (zajedničkih osjećaja i zajedničke percepcije vladajuće situacije) i nečega vidljivoga na pojedincu (emocionalno izražavanje, ponašanje, a u *primjeru 5* i fizički izgled koji uvelike odražava i psihičko i fizičko stanje čovjeka)²⁸.

Wow jedva čekam sutra da opet ništa ne radim, nigdje ne idem i budem sama sa svojim mislima



Izvor: Facebook (JoomBoos), 15. 4. 2020.

Sakupila: Dejana Pacina

Primjer 7

"Uspio sam! Mama i tata će biti ponosni."



Izvor: Facebook (Studentski.hr), 28. 4. 2020.

Sakupila: Dejana Pacina

Primjer 8

²⁷ Slično prema Bergsonu navodi i Marković ističući kako je smiješna svaka radnja koja pozornost skreće na vanjski izgled kad on nije važan (2019: 49).

²⁸ O povezanosti vremenske klasifikacije memova i njihove tematike s fazom pandemije v. 2.4.

Neka više prođe ova karantena!
Nikada ga više neću nazvati i pitati kada
će doći kući!



Izvor: Facebook (Studentski.hr), 25.
4. 2020.

Sakupila: Dejana Pacina

Primjer 9



Izvor: Instagram (ivicaimajica), 25.
4. 2020.

Sakupila: Dejana Pacina

Primjer 10

Primjerima od 7 do 10 zajednički je izravan prikaz općega stanja kojemu svjedoče različite skupine ljudi. Humorističan efekt u tim primjerima proizvodi čovjekovo prepoznavanje unutarnjega vlastitoga iskustva koje se uobličuje različitim reakcijama. Humor proizlazi iz čista prepoznavanja pojedinca u sadržajima memova. Autori takvim memovima aktiviraju humorne ideje preokrenutoga svijeta koristeći jezik kao putokaz za dolazak do poente. Tome svjedoči Bergsonovo tumačenje prema kojemu je komičan svaki razmještaj radnji i događaja koji nam stvara iluzije života i jasan osjećaj mehaničke povezanosti (1958: 42).

Primjer 8 služi se oponašanjem na dva načina, odnosno oponašanjem scene iz filma postiže oponašani prikaz aktualne situacije.

Primjeri 9 i 10 tvore i podskupinu time što prikazuju odraz cjelokupne situacije na određenu skupinu ljudi i njihove ljubavne odnose. Memovi prikazuju dva tipa takvih odnosa, jedan se odnosi na napetost u vezi prouzročenu povećanom količinom zajednički provedena vremena, a drugi na onemogućenost realiziranja svadbenih planova. *Primjeru 9* češće će se nasmijati žene jer je veća vjerojatnost da će se one prve poistovjetiti s takvom situacijom, dok će se *primjeru 10* uglavnom nasmijati muškarci zbog kulturno ustrojene teze da muškarci nestupanjem u brak „ostaju spašeni” (a pandemična im je situacija to i omogućila). S obzirom na to da je *primjer 10* crtež, podjednaka se važnost pridaje i verbalnim i neverbalnim

elementima. Autor je vjerojatno jednaku pažnju posvetio objema komponentama kako bi postigao vjerodostojnost, ali i sklad unutar toga prikaza kao cjeline. Apsurdnost je situacije dodatno pojačana prikazom razočarane mladenke u vjenčanici i kreativno, detaljno ukrašenim, pomalo imponantnim, tekstom crteža. Pri tome je, kako tvrdi H. Bergson, crtež komičan ovisno o svojoj jasnoći, funkcionira kao čista sugestija, a originalnost mu ovisi o obliku života koji prenosi (1958: 22).



Izvor: Facebook, 6. 4. 2020.

Sakupio: Darko Vasilj

Primjer 11

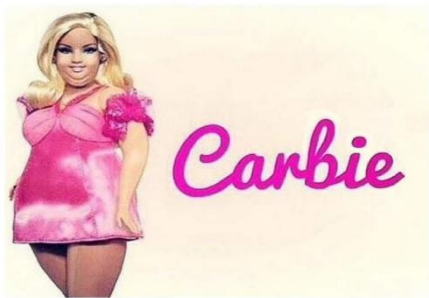


Izvor: Facebook (Disturbing Quotes),
20. 4. 2020.

Sakupila: Dejana Pacina

Primjer 12

Kako ću izgledati po izlasku iz karantene

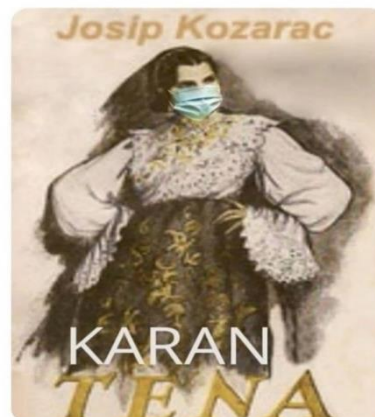


Izvor: Facebook (JoomBoos), 22. 4. 2020.

Sakupila: Dejana Pacina

Primjer 13

Da je Kozarac doživio 2020. godinu:



Izvor: Instagram (lingvisticke.baljezgarije), 28. 3. 2020.

Sakupila: Dejana Pacina

Primjer 14

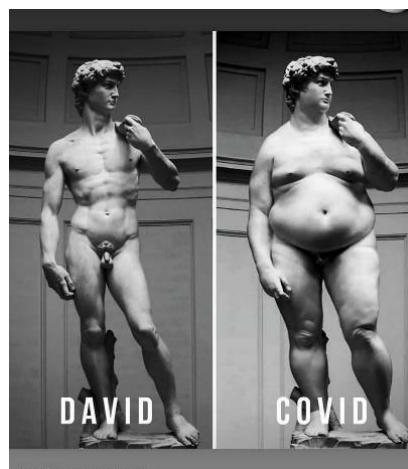
Corona Lisa



Izvor: Instagram (bibliovca), 22. 4. 2020.

Sakupila: Dejana Pacina

Primjer 15



Izvor: Instagram (whitesquaree), 20. 4. 2020.

Sakupila: Dejana Pacina

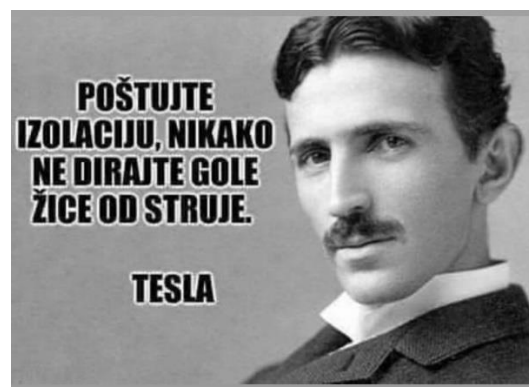
Primjer 16



Izvor: Facebook (Indeks), 23. 4. 2020.

Sakupila: Dejana Pacina

Primjer 17



Izvor: Instagram (citaj_knjigu), 17. 4. 2020.

Sakupila: Dejana Pacina

Primjer 18

Primjeri od 11 do 18 predstavljaju skupinu memova koji humorističan učinak ostvaruju zahvaljujući igri riječi. Igra jezikom proizvodi prividnu nestvarnost ili nestalnost i u tome je smislu izraz najdublje ozbiljnosti stvara života (Užarević 2012: 68). Osim toga, igra riječima predstavlja svjesno poigravanje riječima te način osvještavanja mogućnost same igre (Marković 2019: 65). Prilikom ubacivanja neočekivana sadržaja u poznatu sintagmu ili često citiranu rečenicu, umetanja slova u nečije ime i sl., dolazi do iznevjeravanja recipijentova očekivanja jer se riječima kao pojmovima ukazuje na skučenost i relativizam korištenja riječima (Užarević 2012: 66). U tome slučaju smiješnost izvire iz zahtjeva ljudi za univerzalnošću vlastite prirode. Navedeni memovi učinak postižu grafičkom sastavnicom, odnosno fotografijom kao u *primjerima 13, 14, 15, 16 i 17*. Ti memovi poentu postižu vizualnim prikazom koji potvrđuje ono što je navedeno u tekstu mema.

Primjeri 11, 12 i 18 više su koncentrirani oko jezične igre koja se ostvaruje ubacivanjem neočekivana sadržaja. Iskrivljenost naziva u primjeru 15 na neki je način čak i auditivno prihvatljiva zbog prilične sličnosti izvornoga i primijenjenoga naziva (Mona-Corona), a humorističnost proizlazi iz spoznajnoga i vizualnoga konteksta. U *primjeru 17* humoristični učinak počiva i na različitosti naglaska neočekivano ubačene riječi *kada* i one koja je očekivana (*kada* kao prilog) te na slikovnome prikazu koji, iako se podudara sa značenjem neočekivano

ubačene riječi, izaziva smijeh zbog recipijentove svjesnosti o višestruko iznevjerenome očekivanju.

Primjeri 13, 14 i 16 humorističnost postižu zahvaljujući fotografiji (gotovo karikaturama) koja daje smisao navedenu tekstu koji je uobičajen igrom riječi, a ismijava se čovjekov zapašteni fizički izgled za vrijeme pandemije odražavajući i psihičko stanje čovjeka te onemogućenost kretanja.



Izvor: Factober, 12. 3. 2020.

Sakupio: Darko Vasilj

Primjer 19

Na samome kraju ovoga poglavlja dolazi jedan pomalo autoreferencijalni mem koji se izdvaja od ostalih. Naime, *primjer 19* progovara o samim memovima tematizirajući preplavljenost interneta memovima o koronavirusu koja pomalo nadmašuje ozbiljne izvještaje o pandemiji. Osim toga, odgovara i načinu memskoga oponašanja koje sugerira bijeg i obranu od stvarnosti. Taj je primjer posebno zanimljiv jer svojom strukturom i sadržajem opravdava sve rečeno o memu. Nositelj je poente i humoristična učinka ponovno vizualni prikaz koji podupire i opravdava sugestiju teksta te prikazuje težnju za virtualiziranjem promjene. Također, u velikoj mjeri potvrđuje da bilo koji semiotički način rada mora biti u stanju predstavljati aspekte svijeta onako kako ih doživljavaju ljudi, što znači da mora biti u stanju predstavljati

predmete (pojave) i njihove odnose u svijetu izvan sustava kojim ih predstavlja²⁹ (Kress 2006: 42). Poveznicu je s time moguće pronaći u tezi Williama J. T. Mitchella koju C. Kruse donosi ovako: „Život slika posebno se djelotvorno razvija u međuprostoru međaša našega mišljenja, u dijalektici odnosa prema realitetu i fikciji, istini i prividu. Pogled na slike je poput pogleda u zrcalo, u kojem same sebe možemo otkriti kao druge, pronaći svoju iskonsku žudnju, ispuniti svoje želje za moći, osloboditi ili svladati svoje tjeskobe.” (2009: 90).

3.4. Multimodalnost mema

Budući da jezik nije jedini, a često ni temeljni način komunikacije i reprezentacije, svjedočimo dobu koje sve više stvara različite multimodalne načine komunikacije – najčešće verbalno-vizualne tekstove. Eni Buljubašić multimodalnost tumači prema Halletu kao: „integrativni pristup koji nastoji odgovoriti rastućoj važnosti slike u kulturalnim procesima signifikacije, kao i porastu multimodalnih elektronskih prostora koji izazivaju stoljetnu dominaciju verbalne komunikacije” (<https://stilistika.org/buljubasic>). Prema tome, svi se oblici ljudske komunikacije sastoje od više od jednoga modusa stvaranja značenja. Ako krenemo od toga da su stvarnost i ljudska percepcija multimodalne, jasno je da su takvi i diskursi koje čovjek stvara. Multimodalnost, dakle, obuhvaća komunikaciju, reprezentaciju, diskurs pa i tekst³⁰. U moduse se uglavnom uključuju verbalni jezik, zvuk, gesta, slika, tipografija, boja i kompozicija, dok se kao različiti modusi verbalnog jezika mogu razlikovati govor i pismo. Neki se od tih modusa mogu razdvojiti na podmoduse, npr. fotografija sadrži boju, a tipografija pisani modus i boju. U multimodalnim se tekstovima odvija interakcija i integracija dvaju ili više semiotičkih resursa ili modusa komunikacije kako bi se postigle komunikativne funkcije teksta (<https://stilistika.org/buljubasic>). Iznimno je zanimljiva i ništa manje važna činjenica koju donosi S. Majetschak tvrdeći da: „(...) slike onomu što može zadržati pogled promatrača omogućuju da postane vidljivo. Mnogo neposrednije nego bilo koji govorni oblik, one često nešto prikazuju tako zorno da se promatraču čini da gleda sam objekt (...)” (2009: 58). Stoga se u vizualnoj semiotici uglavnom proučavaju elementi vizualnih artefakata, prikaza ljudi, mjesta ili (apstraktnih) stvari, odnosno ono što se u lingvistici smatra leksikom. Memovi su

²⁹ Naime, semiotički način rada mora biti sposoban oblikovati komplekse znanja koji se podudaraju jedan s drugim i s izvanjskim kontekstom za koji su bili proizvedeni (Kress 2006: 43).

³⁰ Čitanje vizualnih tekstova i općenito zaokret ka slici neodvojiv je od zaokreta ka multimodalnosti (<https://stilistika.org/buljubasic>).

dobar primjer realiziranja društveno-kulturalno definirane i apstraktne vizualne gramatike koja opisuje semiotičke resurse i načine njihova korištenja u društvenoj grupi, obuhvaćajući sve forme vizualne komunikacije (suvremenih zapadnih društava) (<https://stilistika.org/buljubasic>). Nadalje, multimodalna stilistika predstavlja sintezu koja nastoji prikupiti što više perspektiva i alata kako bi se mogla uhvatiti u koštac s multimodalnim tekstovima istovremeno stavljajući podjednak naglasak na verbalne i neverbalne elemente multimodalnoga teksta³¹.

Važno je obilježje multimodalnih prikaza (dakle, i memova) svakako i tipografija – slova, odnosno font kojim je tekst otisnut. Tipografski se oblici ponekad javljaju i u kombinacijama, a temelje se na istaknutim obilježjima i kontekstu. Na primjerima analiziranih memova uočljivo je podudaranje verbalnoga i vizualnoga značenja riječi (kako je tijekom analize više puta istaknuto) koje tvori koherentan komunikacijski čin obilježen istinitošću i multimodalnom cjelinom čiji je dio. Čest je slučaj izravne istaknutosti teksta pomoću debljine slova, kao u već donesenim *primjerima 3, 4, 5, 7, 11, 13, 16 i 18*. Naime, debelo otisnuta slova sugeriraju racionalnost, čvrstoću i hrabrost (<https://stilistika.org/buljubasic>) (*primjeri 4, 7, 13, 16, 18 i 19*) koju dakako možemo povezati s memskim oponašanjem koje čovjek koristi kako bi rasteretio vlastito emocionalno stanje, olakšao si podnošenje bremena uzdrmane situacije, ali i kako bi kritizirao iskrivljenosti koje u društvu uočava. Kao što je u tekstu nekoliko puta istaknuto, upečatljivost i direktnost koje se može iščitati iz tipografije poklapaju se s verbalnim značenjem teksta. Istinitost, direktnost i sugestivnost koja se komunicira ovisi o verbalnome elementu koji upućuje na neverbalni i obrnuto. Međutim, važno je spomenuti kako sugestivnost i informacije koje vizualni izričaj prenosi pojedinac može i ne mora prihvatiti takvima kakve su prezentirane. To potvrđuje Majetschak pišući da: „Kakav god stil slika koristila kao metodu za transformaciju prirodnih u likovne vrijednosti vidljivosti, ono što ona čini vidljivim pomoću određenog tkanja inskripcija istodobno se nudi promatraču kao mogući način gledanja koji on – ovisno o vlastitom prirodnom vidu – može i ne mora prihvatiti.” (2009: 63).

U većini analiziranih memova verbalni element služi kao inspiracija i poticaj za kreativni simbolički prikaz.

³¹ Cilj je multimodalne stilistike razviti usustavljenu deskriptivnu gramatiku svih semiotičkih modusa i njihovih interakcija, kao što je takva gramatika razvijena za modus pisanja (tj. leksičke i gramatičke aspekte verbalnog jezika) (<https://stilistika.org/buljubasic>).

Nadalje, tanak otisak slova gotovo upućuje na pisanje i ostavlja dojam fluidnosti. U tome je slučaju riječ o jednostavnim slovima koja se posebno ne ističu, konkretno u *primjerima 1, 2, 6, 8, 9, 12, 15 i 17*. Posebno je zanimljiv ponovno *primjer 10* za koji je već istaknuto da je riječ o crtežu, dakle svakako je u pitanju rukopis koji sugerira individualizam te pomoću multimodalnosti nastoji doprijeti do pojedinaca kako bi se poruka univerzalizirala. Općenito govoreći, na kompozicijskoj razini tekstova, uočljiva je jednostavnost i organiziranost.

Kako donosi E. Buljubašić, ono što je prikazano na lijevoj strani smatra se čitatelju poznatim, a ono na desnoj strani kao nešto novo i nepoznato, odnosno kao informacija na koju treba usmjeriti pozornost (<https://stilstika.org/buljubasic>). Takav je slučaj u *primjeru 6* u kojemu se verbalni element, kao razjašnjenje i približavanje prikaza, nalazi na desnoj strani pa recipijent pažnju usmjerava upravo na njega, što rezultira poentom i humorističnim učinkom. U *primjeru 16* na desnoj se strani nalazi naglašeni, podebljani tekst kojega odlikuje upečatljiva igra riječima, ali i fizička izopačenost, karikiranost fizičkoga izgleda koje također rezultiraju poentom, humorom te neočekivanim obratom. Takvoj efektivnosti i važnosti informacija koje stoje na desnoj strani, pridonosi čitanje kompozicije s lijeva na desno i od gore prema dolje karakteristično za zapadnu kulturu. Ono što je postavljeno na vrh, predstavljeno je kao idealno, a ono što je postavljeno na dnu kao realno³² (Kress 2006: 186), što je donekle primjenjivo na *primjeru 6* gdje je na vrh postavljena bezbrižna situacija smijanja memovima o vladajućoj situaciji, a na dnu tjeskobna i panična reakcija kada se ozbiljnost situacije premjesti u pojedinčevu okolinu.

Zanimljivo je istaknuti da, osim slobode, internet oslobađa i umjetničku komunikaciju od materijalnosti (Kress 2006: 33). Pri tome oslobađanje od materijalnosti može biti shvaćeno kao oslobađanje od stvarnoga, fizičkoga kontakta između pošiljatelja i recipijenta kakav se ostvaruje prilikom uobičajene komunikacije. No u tome je slučaju riječ i o oslobađanju od izravna doticaja s predmetom komunikacije jer on postaje dijelom suvremenoga komunikacijskoga konteksta čija se materijalnost ne osjeća niti je u prvome planu. Internet uobičajenu komunikaciju premješta u kontekst virtualnosti kojemu ljudi ne mogu izravno fizički pristupiti niti u njemu fizički sudjelovati. Kao što je kreirana pomoću ljudske inovativnosti i kreativnosti koje odlikuju čovjeka kao umno biće, virtualnost jednako tako čovjeku dopušta isključivo intelektualno sudjelovanje. Različite virtualne sadržaje čovjek može

³² Idealno predstavlja generaliziranu suštinu informacije, tj. njen najistaknutiji dio, dok realno predstavlja određene i praktičnije informacije (Kress 2006: 186).

promatrati i pokušati razumjeti, ali bez ikakva fizičkoga kontakta u pravome smislu riječi. Imaginarna paralelna stvarnost kakva se kreira na internetu neodvojiva je od interneta kao mjesta njena nastanka, čovjek je ne može uhvatiti i izvući van kroz ekran kroz koji je promatra. Kada bi to bilo moguće i funkcionalno u materijalnome, fizičkome svijetu, ljudi ne bi imali potrebu proizvoditi memove kako bi kreirali podnošljiviju stvarnost. S druge strane, možemo se zapitati koliko internet zapravo oslobađa takvu komunikaciju od materijalnosti. Iako je taj paralelni internetski svijet virtualan, ne prikazuje li se njegov sadržaj pomoću slika i riječi koje ipak predstavljaju svojevrsnu materijalnost, nešto što čovjek vidi i čijemu se sadržaju sposoban dovinuti? No očito je stvar u tome što čovjek sve čemu ne može odrediti površinsku strukturu pomoću svoga dodira i sve što ne može jednostavno i automatizirano prebrojiti vlastitim pogledom – smatra nematerijalnim.

Vrlo je čest slučaj da nešto što ima neovisno postojanje uključuje umjetnu fuziju staroga i novoga, teksta i slike, kreativnosti i tradicije. Tu činjenicu podupiru *primjeri 1, 14, 15, i 16* u kojima su iskorišteni masi dobro poznati prizori i umjetnička djela povezana s aktualnošću te funkcioniraju kao cjelovit vizualni komunikacijski sustav. Interveniranje u već postojeće oblike ili kreiranje novih oblika od već postojećih pojavljuje se u novome medijskome prijenosu i karakteristično je za potrošačko društvo. Pri tome treba uzeti u obzir i ovisnost načina semantičkih oblikovanja o unutarnjim karakteristikama, potencijalu medija, zahtjevima i vrijednostima društva i kulture jer upravo ti faktori bitno utječu na uporabu tih potencijala (Kress 2006: 35). Osim toga, mjesto vizualne komunikacije u određenome je društvu promatrano s jedne strane kao raspon oblika, način javne komunikacije koji je na raspolaganju društvu, a s druge strane kao semiotički krajolik (s aspekta uporabe i vrijednosti) (isto).

U skladu sa svime rečenim, jasno je da se u multimodalnim tekstovima odvija neprestana integracija raznolikih semiotičkih resursa u jedinstvene komunikacijske cjeline.

3.5. Zaključno o memu i smijehu

U galopirajuće suvremeno globalizacijsko doba, pisanje kao znak potpuno pismene društvene osobe i vizualne komunikacije sve je više suprotstavljeno vizualnome kao cjelovitome sredstvu reprezentiranja koje se može promatrati kao potencijalna prijetnja prisutnoj dominaciji verbalne pismenosti. Popularnost i aktualnost memova tome najbolje svjedoče jer efikasno komuniciraju istinu koja ima snagu uvjeravanja.

Kao multimodalna tvorevina, mem obuhvaća jezik, vizualni prikaz i humor kao odredbena svojstva ljudskoga roda. Sposobnosti su ljudskoga jezika i humora napredovale do te mjere da čovjek sam može postati predmet memskoga oponašanja i ismijavanja gluposti pa će se na koncu sam sebi i smijati. Takvim se oponašanjem stvarnosti i svega što ona podrazumijeva i uzrokuje stvara virtualna kultura u kojoj efekt virtualnosti predstavlja polje neograničenih mogućnosti, ali i lažno simuliranje koje nas udaljava od izvora stvarnosti (kakva god ona bila). Međutim, verbalna je komunikacija, kao uvjet kulture, jedan od najznačajnijih načina širenja memova (Borš 2011: 302) pa je i sama dobar predmet oponašanja. U skladu sa svime navedenim, situacija harajuće pandemije koja bitno mijenja ljudsko funkcioniranje, percepciju i organizaciju svakodnevice iznimno je plodan poticaj za nastanak različitih multimodalnih oblika kojima se prenose čitavi emocionalni, individualni sklopovi i kojima se osigurava bijeg od pritiska stvarnosti. Čitav sklop sadržaja, emocija, stanja, humora te verbalnih i neverbalnih elemenata memski se umnaža, širi i prenosi stvarajući zajednicu memova razumljivu širokome krugu recipijenata povezanih istim znanjem o oponašanim sadržajima.

U lancu događaja koji su istovremeno dio stvarnoga i imaginarnoga svijeta, smijeh ima obrambenu ulogu. Budući da jezik kao spremnik misli omogućuje igru i obogaćuje maštu, svako mudro i vješto izvedeno ponavljanje, ukrštavanje i obrat proizvodi elemente smiješnoga u djelovanju riječima. Takvom se igrom riječima pokušava stvoriti paralelni, irealni svijet u kojemu je smijeh sredstvo kažnjavanja krutosti tijela i duha, nemaštovitosti, materijalnosti te konzumerizma kojima suvremeni čovjek sve više podliježe. Stoga je ponekad potrebno uprijeti prstom u njega, ismijati ga kako bi shvatio da je jednako prolazan, nespretn i komičan kao i situacije kojima nastoji pobjeći i kao svijet kojemu se nastoji nasmijati.

4. Od vica do kletve – žanrovska raznolikost *tweetova* o koronavirusu³³

Internet je jedan od najutjecajnijih medija današnjega vremena. Pojavom interneta razvile su se društvene mreže. Komunikacija je na društvenim mrežama ubrzo postala vodeće sredstvo izražavanja mišljenja i prenošenja obavijesti. *Twitter* je društvena mreža kreirana 2006. godine, a upotrebljava se sve do danas. U Hrvatskoj uporaba *Twittera* nije jako zastupljena, Hrvati se više služe društvenom mrežom *Facebook*, a najviše društvenom mrežom *Instagram*. Komunikacija se na društvenoj mreži *Twitter* odvija u obliku čitanja tuđih i slanja vlastitih mikro-tekstualnih unosa, tj. *tweetova* koji imaju ograničen broj znakova. Maksimalan broj znakova *tweeta* trenutno iznosi 280 znakova, a prije je taj broj bio dvostruko manji. Tviteraši razne usmenoknjiževne oblike na *Twitteru* mogu pisati pod svojim imenom i prezimenom ili anonimno pod određenim nadimkom. Tviteraši se tijekom pisanja *tweetova* ponašaju kao da je riječ o usmenom kazivanju. Pogreške koje se znaju pojaviti u *tweetovima* nisu znak nepismenosti nego razina nebrige. *Twitter* se upotrebljava kao poluusmeni medij. Tviteraši se namjerno ne pridržavaju pravopisa zbog tercijarne usmenosti.

Kao što je navedeno u predgovoru pandemija koronavirusa potresla je cijeli svijet, a ljudi su se s cijelom tom situacijom nosili na razne načine, a jedan od njih bio je i izražavanje svojih promišljanja na *Twitteru*. Izabrani korpus od ukupno četrnaest *tweetova*, odnosno devet priča iz života te jednoga vica, teorije zavjere, aforizma, dosjetke i kletve preuzet je s društvene mreže *Twitter*. *Twitter* je odabran kao izvor prikupljanja korpusa zbog toga što se istraživačica ovog dijela rada njime koristi svakodnevno. *Tweetovi* koji su mi se pojavljivali na naslovnici pisani su hrvatskim i srpskim jezikom jer su tviteraši koje pratim većinom Hrvati i Srbi koji također većinom prate ljude s balkanskoga područja zbog dijeljenja sličnih iskustava. U istraživački rad krenula sam s pretpostavkom da ću na svojoj naslovnici na društvenoj mreži *Twitter* zateći najviše viceva te da će najpopularniji *tweetovi* biti oni koji sadržavaju humor. Tijekom prikupljanja korpusa na *Twitteru* nisam primijetila druge usmenoknjiževne žanrove osim priča iz života te vica, teorije zavjere, aforizma, dosjetke i kletve. Odabrala sam manji korpus od četrnaest *tweetova* jer su se oni najviše istaknuli na mojoj naslovnici na *Twitteru*. Korpus sam prikupljala od 16. ožujka do 3. travnja 2020. godine.

³³ Autorica je ovoga dijela rada (poglavlja 4.1. – 4.6.) Ana Pejić.

4.1. Priče iz života u *tweetovima*

Prema Maji Bošković-Stulli (1984: 330) priče iz života su sjećanja o realnim doživljajima i događajima pojedinčeva života, bilo prema kazivanju suvremenika ili bliskih predaka koji su doživjeli zgodu o kojoj je riječ. Priče iz života mogu biti ponovljive ili dio jednokratnoga repertoara i ne moraju biti kazivačevo osobno iskustvo, nego mogu pripovijedati posredovano iskustvo.



Nikola Baketa @BaketaNikola · 14 h

Prošli utorak je bio zadnji odlazak u trgovinu. Nismo pretjerali (sam sam sve nosio kući).

I dalje nemamo potrebu za ponovnim odlaskom.

Onda su valjda ovi koju nakrcali cijeli auto mirni do kraja travnja?



Twitter: <https://twitter.com/BaketaNikola/status/1242153465914241026>, 23.3.2020., kazivač: Nikola Baketa, preuzela: Ana Pejić

Tviteraš Nikola Baketa iznio je u svojem *tweetu* uvjetno rečeno *priču iz života* (narativno iznimno jednostavnu) koja tematizira odlazak u trgovinu koji se dogodio u bliskoj prošlosti, točnije „prošli utorak”. Možemo primijetiti da tviteraš svoju priču iz života piše u prvome licu množine prezenta: „nismo pretjerali”. U *tweetu* nije konkretno navedena druga osoba s kojom je tviteraš bio u trgovini. Naime, to je distributivni podatak koji se temelji na podrazumijevanosti. Osobe koje prate tviteraša Nikolu Baketu na *Twitteru* poznaju kontekst, znaju da tviteraš Nikola Baketa živi sa svojom djevojkom s kojom je i otišao u trgovinu. Tviteraš Nikola Baketa uputio je svoju priču iz života tviterašima koji ga prate, a s obzirom na to da oni znaju da on živi sa svojom djevojkom s kojom i odlazi u trgovinu nije bilo potrebno to dodatno pojašnjavati. Nadalje, tviteraš ističe da su njegova djevojka i on u trgovini kupili točno onoliko koliko im je potrebno, nisu kupili prevelike zalihe te postavlja ironično pitanje: „Onda su valjda ovi koju nakrcali cijeli auto mirni do kraja travnja?”. Naime, u postavljenomu pitanju možemo primijetiti grešku tijekom pisanja, umjesto „ovi koji su nakrcali” piše: „ovi koju nakrcali”, no razumije se što je tviteraš htio reći. Ovaj je *tweet* svojevrsna kritika onima

koji su tijekom pandemije koronavirusa kupovali prevelike zalihe namirnica u trgovinama. *Tweet* je prikupio 44 *fejva* u 14 sati što je prosječna brojka.



Marko Boko @marko_boko · 2 h

Moja teta knjižničarka Jadranka u Bolu i dalje nesebično Bolke i Boljane opskrbljuje knjigama - ne smiju ulaziti u knjižnicu, već im ona konopcem kroz prozor spusti dezinficirane knjige ❤️ Tijelo će nam možda malo zakržljati, no glava i duh nikako ne smiju!



4

26

200



Twitter: https://twitter.com/marko_boko/status/1246030729605193729, 3.4.2020., kazivač: Marko Boko, preuzela: Ana Pejić

Tviteraš Marko Boko u svojem *tweetu* iznosi priču iz života koja se temelji na vlastitu iskustvu, a tematizira knjižničarku Jadranku iz Bola koja mještane opskrbljuje knjigama unatoč situaciji s koronavirusom. Možemo primijetiti da tviteraš kaže *moja teta knjižničarka*, postavlja se pitanje misli li on kada kaže *moja teta* na rodbinsku vezu ili to kaže iz milja. Za odgovor na to pitanje bilo bi potrebno poznavanje konteksta, odnosno poznavanje Markovih obiteljskih članova, u ovome konkretnome slučaju njegove tete. To je određeni distributivni podatak koji se temelji na podrazumijevanosti, oni koji tviteraša prate na *Twitteru* znaju na što on misli kada kaže *moja teta* jer poznaju kontekst. Priča iz života završava rečenicom: „Tijelo će nam možda malo zakržljati, no glava i duh nikako ne smiju!” koja upućuje na izolaciju zbog koje se ne možemo kretati pa će nam *tijelo zakržljati*, no možemo čitati, a čitanje utječe na vitalnost mozga odnosno *glavu i duh*. Ova je priča iz života primjer koji ne hrabri humorom istoga iskustva, nego izuzetnoga iskustva u kojemu se knjižničarka protiv pandemije koronavirusa bori postupcima koji se prepoznaju kao humani i društveno korisni. *Tweet* je dobio 200 *fejvova* i 26 *retweetova* u roku od dva sata što možemo pripisati djelovanju *patosa* na tviteraše.



Beckinsight 🇩🇪 @NatkoBeck · 18 h

Najslađa danas, nastava na telki:
Na III. odjelu u ambulanti, sestra Marija i
ja.
Ulazi dr. Jurić: Sestra Marija, mali u sobi
broj 1 je zaspao na drugom satu!



2 60 42

Twitter: <https://twitter.com/NatkoBeck/status/1239625716754460675>, 16.3.2020., anonimni
kazivač, preuzela: Ana Pejić

Anonimni tviteraš u svojem *tweetu* iznosi priču iz života koja se temelji na vlastitu iskustvu, a u njoj se pripovijeda o *online* nastavi u zdravstvenoj ustanovi tijekom koje je dječak zaspao. Priča iz života temelji se na anegdotalnom humoru koji je na kraju *tweeta* popraćen osjećajnicima koji iskazuju, tzv. *plakanje od smijeha*.



Modić Josip @modicjosip · 18 h

„Imam jednu babu od 84 godine u
komšiluku.
Odem da joj kupim hleb, cigare i novine,
posle pijemo kafu, a ona kaže:
Jadna ja, šta ću kad ti umreš ”

26 60 887

Twitter: <https://twitter.com/modicjosip/status/1239623707267653634>, 16.3.2020., kazivač: Josip
Modić, preuzela: Ana Pejić

Tviteraš Josip Modić u svojem *tweetu* iznosi priču iz života koja se temelji na vlastitu iskustvu. Priča iz života pisana je na srpskom jeziku, anegdotalnog je karaktera. U njoj se spominje *baba* koja je poznata u njihovoj zajednici. Tviteraš u priči iz života opisuje kako pomaže toj ženi pri kupovini namirnica te da pije kavu s njom: „Odem da joj kupim hleb, cigare i novine, posle pijemo kafu” nakon čega slijedi šaljivi obrat u kojemu žena kaže: „Jadna ja, šta ću kad ti umreš”. Humor se temelji na činjenici da ona ima 84 godine, a u njezinu iskazu možemo primijetiti da smatra da će Josip koji je, možemo pretpostaviti, iako nije napisano, dosta mlađi od nje umrijeti prije nje te strahuje i pita se tko će joj pomagati kada njega više ne bude. Tviteraš se poziva na mjesnu formulu vjerodostojnosti spominjujući *komšiluk* te na

datacijsku formulu vjerodostojnosti navodeći babinu dob od 84 godine (Rudan 2016: 46–60).³⁴ Budući da su *tweetovi* ograničeni na samo 280 znakova, ne spominje se ime trgovine koje bi se u usmenom kazivanju spomenulo. Možemo primijetiti da je cijeli sadržaj *tweeta* u navodnicima, što sugerira da je sadržaj preuzet od nekuda, međutim izvor je sadržaja nepoznat. U roku od 18 sati *tweet* je dobio 887 *fejvova* i 60 *retweetova* po čemu možemo zaključiti da je ostavio dobar dojam na tviteraše te da je uspješan.



Sandra @ssaaanndrraaa · 17 h

Scena danas u prodavnici, kasirka lepo moli gospođu da stane 2m iza mene, ona kaže "ali ja nisam bolesna", okrećem se i kažem "ALI MOŽDA JA JESAM" pomerila se 3m od mene i to je od sad jedini model u komunikaciji koji primenjujem sa M O R O N I M A.

52 422 5.812

Twitter: <https://twitter.com/ssaaanndrraaa/status/1244002510131597312>, 28.3.2020., anonimna kazivačica, preuzela: Ana Pejić

Anonimna tviterašica u svojem *tweetu* iznosi priču iz života koja se temelji na vlastitu iskustvu, a pisana je srpskim jezikom. Pripovijeda o blagajnici koja moli gospođu da poštuje mjere zaštite od koronavirusa i drži razmak od dva metra od tviterašice na što gospođa govori da nije bolesna, a kazivačica uzvratila: „ALI MOŽDA JA JESAM” nakon čega se gospođa udaljila ne dva, nego tri metra od kazivačice. Možemo primijetiti da je kazivačičina replika gospođi napisana velikim slovima jer se tako na *Twitteru* izražava govor koji je glasniji od uobičajenoga. Tijekom pripovijedanja tviterašica izražava svoje nezadovoljstvo i bijes prema onima koji se ne pridržavaju propisanih mjera zaštite od koronavirusa te takve ljude naziva *M O R O N I M A*. Možemo primijetiti da su u riječi *moroni* glasovi odvojeni razmakom i napisani velikim slovima kako bi se riječ dodatno naglasila. Ova je priča iz života oblikovana kao moralizatorska, ne usredotočuje se na humor nego na zgražanje nad nesavjesnim ili slabo

³⁴ Priče iz života mogu koristiti neke od elemenata predaje, kao što su formule vjerodostojnosti, samo manje razrađene jer je i njima u interesu da svoju publiku uvjere u istinitost kazivanoga. S obzirom na to da sadržaj toga što kazuju ne izaziva onaj tip zazornosti ili nevjerovanja koju mogu izazvati demonološke ili mitske predaje, te su, uvjetno rečeno, formule puno skromnije i nerazvijenije. Ovdje je ta njihova narativna skromnost dodatno pojačana i samim medijem i ograničenjem broja znakova (o formulama vjerodostojnosti usp. i Rudan 2006).

savjesnim ljudima. *Tweet* je u roku od 17 sati prikupio 5812 *fejvova* i 422 *retweeta* što upućuje na to da i ostali tviteraši dijele mišljenje autorice *tweeta* i smatraju da se pojedini ljudi ne ponašaju odgovorno i u skladu s mjerama zaštite od pandemije koronavirusom.



Twitter: <https://twitter.com/schokica/status/1240912308622233605>, 20.3.2020., anonimna kazivačica, preuzela: Ana Pejić

Anonimna tviterašica u svojem *tweetu* iznosi priču iz života koja se temelji na iskustvu njezine sestre koja je nacrtala njezinim nećacima koronavirus na ruku da bi im objasnila da moraju dobro i često prati ruke da uklone potencijalni virus. Kao dodatak uz pripovijedanje navodi i sliku nećakove ruke na kojoj je nacrtan koronavirus koja je u funkciji vjerodostojnosti priče iz života. *Tweet* je u dva dana prikupio 69 *fejvova* i 2 *retweeta*, što nije puno u odnosu na prethodni analizirani korpus, to je prosječna brojka.



Twitter: <https://twitter.com/nuklearna/status/1240744604758093844>, 19.3.2020., anonimna kazivačica, preuzela: Ana Pejić

Anonimna tviterašica u svojem *tweetu* iznosi priču iz života koja se temelji na vlastitu iskustvu. Pripovijeda o čestoj uporabi dezinficijensa zbog koje su joj se stvorile rane na rukama.

Distributivni podatak koji se temelji na podrazumijevanosti i nije izravno napisan u *tweetu* jest da je ona novinarka. To nije bilo potrebno napisati zato što pratitelji kazivačice poznaju kontekst. Oni znaju da je tviterašica novinarka i da je u stalnome kontaktu s ljudima te da zbog opisa svojega posla ne može biti u izolaciji koja se preporuča kao mjera zaštite od koronavirusa. Stoga tviterašica poseže za drugim mjerama zaštite kao što je česta dezinfekcija ruku, no posljedica toga su rane na rukama koje njeguje naftalanom. Na kraju priče iz života navodi: „MOJA KOŽA NIJE STVORENA ZA PANDEMIJU” što je napisano velikim slovima, a izražava govor koji je glasniji od uobičajena govora te taj iskaz predstavlja pokušaj duhovitosti. Samo 27 *fejvova* u roku od 3 dana upućuje na to da *tweet* zapravo nije duhovit, da je sve ostalo samo na pokušaju duhovitosti.



Katica Moss @katica_moss · 20 h

Frend: Moj tata pegla novce.

Mi: ???

Frend: Frajer je poceo peglati novcanice da vrucina ubije virus.

True story.



Twitter: https://twitter.com/katica_moss/status/1239592625629532164, 16.3.2020., anonimna kazivačica, preuzela: Ana Pejić

Anonimna tviterašica u svojem *tweetu* anegdodu koja se temelji na prijateljevu iskustvu. Pripovijeda o prijateljevu ocu koji pegla novčanice da bi uništio virus. Možemo pretpostaviti da se zamjenica *mi* odnosi na tviterašičino društvo. Zbunjenost tviterašice i njezina društva kao reakcija na prijateljev iskaz vizualno je iskazana trima upitnicima. Na kraju *tweeta* možemo primijetiti anglizam *true story* u značenju *istinita priča*. Kratkoća price ovdje zapravo doprinosi humornosti. *Tweet* je prikupio 69 *fejvova* i 3 *retweeta* u 20 sati što predstavlja prosječnu brojku.



Tooth fairy @vila_zubic7 · 1 dan

Ljudi zovu da zakazuju deci popravke zuba, jer pazi sad: "Deca ne idu u skolu, pa sad imamo vremena da ih dovedemo" Ovaj narod stvarno... Nemam reci, zivota mi!

52 173 3.324

Twitter: https://twitter.com/vila_zubic7/status/1239516297827962881, 16.3.2020., anonimna kazivačica, preuzela: Ana Pejić

Anonimna tviterašica u svojem *tweetu* koji je pisan srpskim jezikom iznosi priču iz života koja se temelji na vlastitu iskustvu, a tematizira ljude koji izolaciju shvaćaju kao slobodno vrijeme namijenjeno za popravke zuba, a ne mjeru zaštite od koronavirusa. Na kraju priče iz života možemo primijetiti tviterašičino nezadovoljstvo i odsustvo riječi za takve ljude. Priča iz života oblikovana je kao moralizatorska, ne usredotočuje se na humor nego na zgražanje nad ljudima koji se ne pridržavaju mjera zaštite od koronavirusa. *Tweet* je prikupio 3324 *fejva* i 173 *retweeta* u jednome danu, a to se vjerojatno može pripisati i tome što se u *tweetu* spominju djeca. Naime, neko opširnije istraživanje moglo bi pokazati da je spominjanje djece uglavnom okidač za veću vidljivost *tweeta* i reakcije, zasad je to moguće reći samo na temelju dosadašnjega tviteraškoga iskustva. Osim toga, tviteraška zajednica nerijetko pokazuje rado zajedništvo i u zgražanju.

4.2. Pokušaj vica u *tweetu*



Cataleya 🌸 @doctorstresa · 21 h

Majka drzi online cas i pita decu - kako ste, kako su vase porodice, da li ste doruckovali?

Javlja se jedan mali i kaze UCITELJICE JA NISAM DORUCKOVAO MAJKA SS USPAVALA I NEMA DORUCKA

9 125 3.372

Twitter: <https://twitter.com/doctorstresa/status/1245271984927277057>, 1.4.2020., anonimna kazivačica, preuzela: Ana Pejić

Tweet anonimna tviterašice jest pokušaj vica, rudimentarni oblik koji glumi da je priča iz života. Tviterašica u svojem *tweetu* ne pripovijeda osobno, nego posredovano iskustvo, točnije iskustvo svoje majke koja je učiteljica. Pokušaj vica pisan je srpskim jezikom, a u njemu se pripovijeda o *online* nastavi tijekom koje je tviterašičina majka učiteljica upitala učenike: „kako ste, kako su vaše porodice, da li ste doručkovali?” na što je jedan učenik odgovorio: „UČITELJICE JA NISAM DORUČKOVAO MAJKA SS USPAVALA I NEMA DORUČKA”. Učenikov iskaz napisan je velikim slovima koja u komunikaciji na *Twitteru* označavaju govor glasniji od uobičajenoga. U pokušaju vica možemo primijetiti grešku tijekom pisanja, umjesto „se” napisano je „ss”, no razumije se što je tviterašica htjela reći. To može biti odraz nebrige za pravopis ili jednostavno greška tijekom pisanja. Nadalje, ovaj je pokušaj vica dobio 3372 *fejva* u roku od 21 sata te 125 *retweetova*, postavlja se pitanje je li vic drugim tviterašima uistinu smiješan ili je na njegovu popularnost utjecalo to što se u njemu spominje dijete. Zbog ograničenja od 280 znakova u ovome pokušaju vica nema prostora za središnju dramaturgiju.

4.3. Teorija zavjere u *tweetu*



Twitter: https://twitter.com/memoir_woman/status/1245619849159557120, 2.4.2020., anonimna kazivačica, preuzela: Ana Pejić

Anonimna tviterašica u svojem *tweetu* iznosi oblik teorije zavjere koji je najbliži žanru predaje. Teorija zavjere nije njezino osobno iskustvo, nego iskustvo njezine bivše kolegice. Tekst je pisan srpskim jezikom, a u njemu se pripovijeda o tviterašičinoj bivšoj kolegici koja strahuje da će se morati cijepiti protiv koronavirusa te da se u tome cjepivu nalazi čip koji će je pretvoriti u robota. U tekstu možemo primijetiti anglizam *ex* u značenju *bivša* koji stoji uz imenicu *kolegica*. Nadalje, riječ *robot* napisana je velikim slovima da bi ju se naglasilo jer iz konteksta možemo zaključiti da tviterašica strah bivše kolegice smatra potpuno iracionalnim.

Tweet je prikupio 1561 *fejv* te 63 *retweeta* u roku od 12 sati što upućuje na to da dosta tviteraša smatra teorije zavjere iracionalnima kao i autorica *tweeta*.

4.4. Aforizam u *tweetu*



Twitter: <https://twitter.com/igorklajo/status/1243472511490314240>, 27.3.2020., kazivač: Igor Klajo, preuzela: Ana Pejić

Tviteraš Igor Klajo u svojem *tweetu* iznosi izjavu koja tendira aforizmu jer je jednostavna i duhovito izrečena tvrdnja sa svojstvima paradoksa. Temelji se na njegovu vlastitu iskustvu. Naime, tviteraš je u izolaciji izgubio pojam o vremenu te mu nove epizode serija služe kao orijentacija. Tviteraš uz riječ *izolacija* navodi pokaznu zamjenicu *ova*, a ne npr. pridjev *pandemijska* jer je izolacija kao mjera zaštite od pandemije koronavirusa globalno zastupljena. Svim je ljudima na svijetu jasno o kojoj se izolaciji radi. *Tweet* je prikupio samo 6 *fejvova* i jedan *retweet* u roku od 3 sata što upućuje na to da tviterašima *tweet* nije bio naročito duhovit.

4.5. Dosjetka u *tweetu*



Twitter: <https://twitter.com/kenotina/status/1244166145688698883>, 29.3.2020., anonimna kazivačica, preuzela: Ana Pejić

Anonimna tviterašica u svojem *tweetu* iznosi dosjetku koja se temelji na njezinu vlastitu iskustvu, a tematizira nedaće poput koronavirusa, potresa te zagađenja zraka pijeskom

koje su se najprije dogodilo u Zagrebu, a zatim u Zadru, gdje tviterašica živi. Dosjetka završava usporedbom: „ali sa zakašnjenjem ka da smo internet explorer” koja je napisana u šaljivu tonu i za koju je potrebno poznavanje konteksta jer oni koji ne znaju da je Internet Explorer bio najkorišteniji preglednik od 1999. do 2012. godine nakon čega je zamijenjen drugim internetskim preglednicima poput *Mozilla Firefox*, *Safarija*, *Opere* te *Google Chromea* koji su omogućavali brže pretraživanje podataka na internetu, ne može razumjeti humor ove dosjetke. *Tweet* je prikupio 62 *fejva* i jedan *retweet* u roku od 9 sati što je prosječna brojka.

4.6. Kletva u *tweetu*

Prema Davoru Nikoliću (2010: 147) kletve funkcioniraju po principu magijskih riječi čijim se izricanjem obavlja radnja.



Twitter: https://twitter.com/kolar_ana/status/1243148803831664641, 26.3.2020., kazivačica: Ana Kolar, preuzela: Ana Pejić

Kletva „dabogda progutala sve svoje medalje i da te boli dok izlaze” ima tipičnu strukturu kletve jer je jednostavna i kratka te sadrži konektor *dabogda*. Nikolić (ibid.) navodi da su kletve tipičan primjer optativnih performativa. Naime, optativni se performativi ostvaruju glagolskim pridjevom radnim. U konkretnoj kletvi glagolski pridjev radni u trećemu licu jednine ženskoga roda kojim se kletva ostvaruje jest *progutala*. Kletva koju je napisala tviterašica Ana Kolar u svojem *tweetu* na društvenoj mreži *Twitter* zapravo je odgovor na naslov novinskoga članka *Blanka Vlašić o životu u izolaciji: Ovo je korizma par excellence, treba više moliti*. Tviterašica je kletvu uputila Blanki Vlašić jer se ne slaže s njezinim

mišljenjem da je molitva rješenje pandemije koronavirusa. Kletva proizvodi tip verbalnog nasilja, izravno je usmjerena prema konkretnoj osobi. *Tweet* je prikupio 57 *fejvova* i 2 *retweeta* u roku od 2 sata što je prosječna brojka.

Pretpostavka da će na konkretnoj naslovnici jedne tviterašice na društvenoj mreži *Twitter* biti najviše viceva u odabranom razdoblju nije se pokazala točnom jer je u analiziranome korpusu najviše priča iz života, ukupno njih osam. Na *Twitteru* su u tome razdoblju najpopularniji bili *tweetovi* koji su oblikovani poput moralizatorske priče iz života te oni u kojima se spominju djeca, zatim teorija zavjere, a ne nužno oni koji sadržavaju humor kako je bilo pretpostavljeno tijekom započinjanja istraživačkoga rada. To je naravno mali korpus, ali i on pokazuje određene tendencije. Humor se zapravo uglavnom preselio u *memove*.

5. Završne napomene

Naše se istraživanje u većoj mjeri oslanjalo na aktualne društvene prilike vezane za pandemiju koronavirusa, specifičnu i nesvakidašnju kulturnu pozadinu bogatu izazovima, zaprekama i ograničenjima. Socijalna je distanca, kao jedna od najvažnijih epidemioloških mjera, uvjetovala ekstremnije povezivanje i zbližavanje ljudi u virtualnome svijetu interneta i društvenih mreža, a posebno su se važnima pokazali internetski žanrovi bliski usmenoknjiževnoj poetici, kojima se u radu поближе bavimo (u prvome redu to su *memovi*, no i oblici s izraženim elementima tradicionalnih žanrova). Kako smo pokazali i, nadamo se, dokazali, zahvaljujući svojoj brznoj transmisiji i reduplikaciji, ovi oblici ostvaruju posebnu socijalnu ulogu zadovoljenja osnovnih ljudskih potreba, koja itekako dolazi do izražaja u kriznim situacijama poput aktualne pandemije, a podrazumijeva specifičan oblik komunikacije, virtualno odašiljanje najrazličitijih vrsta poruka, među kojima se posebnu ističu emocionalni angažman i empatija, čiji je krajnji cilj povezivanje ljudi. Odaslane informacije i poruke mogu ostvarivati različite svrhe (izazivati smijeh, što je slučaj kod *memova*, ili, naprotiv, biti moralizatorski intonirane), pritom jamčeći čovjeku priželjkivani bijeg od često okrutne realnosti kojoj svjedoči.

6. Sažetak

Pandemija koronavirusa koja se obušila na svijet početkom 2020. godine dotaknula se gotovo svakoga aspekta ljudske svakodnevice, time snažno izmijenivši čovjekovu percepciju vlastite egzistencije u ionako nesigurnome okruženju globalizacije, nestalnosti i užurbanih promjena. Važnu je ulogu u uvjetima ograničenih neposrednih socijalnih kontakata odigrao virtualni svijet interneta, rasadnik informacija koji čovjeku pruža bezbroj mogućnosti temeljenih na vizualnosti, simboličnosti i ekonomičnosti, čineći izvanjsku situaciju razmjerno podnošljivijom, rasterećenijom ili čak humorističnom. To se u specifičnom obliku odražavalo i u suvremenim digitalnim žanrovima s elementima usmenoknjiževne poetike poput memova ili starijih oblika koji se u digitalni svijet i društvene mreže 'presađuju' uz neke medijem uzrokovane promjere (npr. anegdota, priča iz života i kletva). Rad istražuje memove povezane s pandemijom koronavirusa na temelju korpusa od 72 mema čija je pojava i širenje praćeno u razdoblju od 12. ožujka do 28. travnja 2020. godine na različitim internetskim stranicama, društvenim mrežama i mobilnim aplikacijama (Facebook, Instagram, Twitter, WhatsApp i Viber), s obzirom na zastupljenost pojedinih tematskih kategorija (kulturna pozadina, epidemiološke mjere, direktne posljedice pandemije, etiketiranje određenih društvenih skupina, ekstremni oblici ljudskog ponašanja) u određenim vremenskim fazama pandemije. Mem se u sociološkom kulturnom smislu može definirati „kao holon koji sadrži noološku informaciju s tendencijom prema umnažanju (...), a koji nastaje i širi (...) se unutar noosfere oponašanjem” (Borš 2011), a odražava različita vjerovanja, stavove, ukuse i transmisira noološke (kulturne, civilizacijske) informacije (usp. i Dawkins 1997: 220). Ključni aspekt mema kao žanra tzv. tercijarne usmenosti jest upravo humor. Zato se analizom načina proizvodnje humora u memova, koji su u bitnome određeni multimodalnošću žanra (a onda ovdje, dijelom, i istraživani uz pomoć alata multimodalne stilistike), dokazuje njihov povlašteni položaj u svijetu vizualiziranih i brzorastućih informacija koji ih čini specifičnim i sadržajno bogatim jedinicama kulturne komunikacije. S druge strane, zanimalo nas je, kao svojevrsna kontrolna grupa, i na koji se način u digitalnom okružju ponašaju oblici bliži tradicionalnijim žanrovima u novim medijima (ovdje anegdote, kletve, priče iz života), koji su u većoj mjeri pokazali moralizatorsku tendenciju. Sve analizirane žanrove povezuje fokus na kolektivnu situaciju (opću krizu) i s njom povezane različite emocionalne manifestacije te performativnost koja dovodi ili do osvješćivanja stvarnoga stanja stvari ili mu se suprotstavlja izazivanjem smijeha kojim se kažnjava svaka nesavršenost, nepromišljenost i neprilagodljivost u odnosu čovjeka i društva. Referirajući se na paralelni svijet tercijarne usmenosti, ovaj rad svjedoči upravo o aktualnom

kriznom poretku stvari, nesvakidašnjoj kulturnoj pozadini koja nam se nasmijala jednakim intenzitetom kojim smo se mi nasmijali njoj.

Ključne riječi: pandemija, koronavirus, mem, *tweet*, digitalni žanrovi

Summary

The coronavirus pandemic that took the world by storm in early 2020 has reached and affected almost every aspect of people's everyday lives, causing a radical shift in the way people perceive their own existence in an already insecure environment affected by globalization, insecurity, and rapid changes. In these conditions, with the immediate social contact being limited, even disabled, the virtual world of the internet has played a crucial role. The internet, the nursery of information founded on the visual, symbolic, and economical principles, has helped make the prevalent situation somewhat bearable, easier to live with, and at times even humorous. This phenomenon can particularly be seen in the contemporary digital genres, such as memes, that share some characteristics with oral stylistic features, and in the older forms “transferred” into the digital world, such as anecdotes, personal stories, or curses. This research paper explores memes related to the coronavirus pandemic based on the corpus of 72 memes. Their emergence and expansion were tracked between March 12th and April 28th of 2020 on different internet pages, social media sites, and mobile applications (Facebook, Instagram, Twitter, WhatsApp, Viber), based on the prevalence of several categories (cultural background, epidemiological strategies, direct consequences of the pandemic, labelling of the particular social groups, and extreme patterns of human behaviour) in particular periods of time. From a socio-cultural point of view, a meme can be defined as a holon which contains noological information with a tendency toward replication (...) which emerges and spreads (...) via mimicking, (Borš 2011) reflects different beliefs, attitudes, preferences, and transmits noological (cultural, civilizational) information (cf. Dawkins 1997: 220). The key aspect of the meme as a genre of the so-called tertiary orality is precisely humour. This is why the analysis of the method of production of humour in memes, primarily marked by the multimodality (and thus in this paper researched using the tools of the multimodal stylistics), shows their advantage in the world of visualized and fast-growing information, and makes them specific and message-abundant units of cultural communication. In addition, being a specific control group ourselves, we were interested in how the forms that were more similar to traditional genres, which gravitate towards higher moral standards (anecdotes, curses, and real-life stories) behaved in

the new media. All of the analysed genres were connected with a focus on the collective crisis that humanity is currently facing, different emotional reactions derived from the crisis, and the performativity which results in a light facing the current situation or opposes it by inducing laughter; laughter that punishes every imperfection, recklessness, or disagreement in the relationship between a person and society. By referring to the parallel world of tertiary orality, this paper bears witness to the current crisis of this relationship and the peculiar cultural situation that laughed at us with the same intensity we laughed back at it.

Key words: pandemic, coronavirus, meme, tweet, digital genres

7. Literatura

- [1] Bergson, H. 1958. *O smijehu*. Sarajevo: Veselin Masleša.
- [2] Bešker, I. 2011. „*Ova mržnja stara*“ – *Nazor i stereotipi o Talijanima u hrvatskoj štokavskoj književnosti*. *Croatian Studies Review*, 7, 1, str. 31–48.
- [3] Borš, V. 2011. *Memska epidemiologija - integralni (holonski) pristup*. *Socijalna ekologija: časopis za ekološku misao i sociologijska istraživanja okoline*, 20, 3, str. 287–314.
- [4] Bošković-Stulli, M. 1984. *Pričanja o životu. (Iz problematike suvremenih usmenoknjiževnih vrsta)*, u: *Usmeno pjesništvo u obzorju književnosti*. Zagreb: Nakladni zavod Matice hrvatske, str. 309–366.
- [5] Bronner, S. J. 2009. *Digitizing and Virtualizing Folklore*, u: *Folklore and the Internet: Vernacular Expression in a Digital World*. Utah: Utah State University Press, str. 21–67.
- [6] Buljubašić, E. 2015. *O multimodalnoj stilistici*, u: *Svijet stila, stanja stilistike, /-/. Zagreb: stilistika.org* (<https://stilistika.org/buljubasic>).
- [7] Dawkins, R. 1997. *Sebični gen*. Zagreb: Izvori.
- [8] Fischer, S. 2009. *Komparatistička imagologija: Za interdisciplinarno istraživanje nacionalno-imagotipskih sustava*, u: *Kako vidimo strane zemlje: uvod u imagologiju*, prir. D. Dukić, Z. Blažević, L. Plejčić Poje, I. Brković, Zagreb: Srednja Europa.
- [9] Kress, G., Van Leeuwen, T. 2006. *Reading Images: The Grammar of Visual Design*. London – New York: Routledge.
- [10] Kruse, C. 2009. *Nakon slika: Fantazma „žive” slike u vrijeme ikoničkog obrata*, u: *Vizualni studiji: Umjetnost i mediji u doba slikovnog obrata*, ur. K. Purgar. Zagreb: CVS_centar za vizualne studije, str. 72–92.
- [11] Gilić, N. 2018. *Intermedijalnost*. *Književna smotra: časopis za svjetsku književnost*, 50, 190(4), str. 3.
- [12] Machin, D. 2007. *Introduction to Multimodal Analysis*. London: Hodder Education.

- [13] Majetschak, S. 2009. *Pravila vidljivosti: O razlikama između umjetničkih i uporabnih slika*, u: *Vizualni studiji: Umjetnost i mediji u doba slikovnog obrata*, ur. K. Purgar. Zagreb: CVS_centar za vizualne studije, str. 58–79.
- [14] Marković, I. 2019. *Uvod u verbalni humor*. Zagreb: Disput.
- [15] Marković, J. 2010. *Pričanja o djetinjstvu i srodni koncepti: „velike” i/ili „male” priče*. (https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=92840) (10. svibnja 2020.).
- [16] Maslow, A. H. 1943. *A Theory of Human Motivation*. *Psychological Review*, 50, 4, str. 370–396.
- [17] Nikolić, D. 2010. *Struktura i funkcija kletvi u usmenoj i pisanoj epici*. (https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=92849) (10. svibnja 2020.).
- [18] Pease, A. 1991. *Govor tijela*. Ljubljana – Zagreb: Založba Mladinska knjiga.
- [19] Rudan, E. 2006. *Authentication Formulae in Demonological Legends*. *Narodna umjetnost*, 43, 1, str. 89–111.
- [20] Rudan, E. 2016. *Žanrovske karakteristike demonoloških predaja*, u: Rudan, E. *Vile s Učke: Žanr, kontekst, izvedba i nadnaravna bića predaja*. Zagreb: Hrvatska sveučilišna naklada, str. 12–62.
- [21] Tarde, G. 1962. *The Laws of Imitation*. Gloucester: Mass-Peter Smith.
- [22] Turković, V. 2006. *Komunikacija putem vizualne umjetnosti u međunarodnoj suradnji*. *Socijalna ekologija*, 15, 4, str. 325–337.
- [23] Užarević, J. 2012. *Poetika vica*, u: *Književni minimalizam*. Zagreb: Disput, str. 58–108.
- [24] Van Leeuwen, T. 2004. *Ten Reasons Why Linguists Should Pay Attention to Visual Communication*, u: *Discourse And Technology – Multimodal Discourse Analysis*. Georgetown University round table on languages and linguistics, str. 7–19.