

Dr. Horváth Dóra – Dr. Mitev Ariel – Dr. Veszelszki Ágnes

EGY KIÁLLÍTÁS MÉMEI: A MÉMEK MEGOSZTÁSÁNAK ÉS INTERPRETÁLÁSÁNAK FOGYASZTÓI ÉLMÉNYVILÁGA

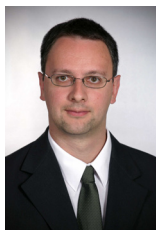


Dr. Horváth Dóra docens, a Budapesti Corvinus Egyetem, Marketing és Média Intézet Média, Marketingkommunikáció és Telekommunikáció Tanszékének vezetője.

Kutatási területei: termékdesign és termék-innováció: a jövő generáció információfeldolgozási preferenciáinak előrejelzése, új generációs technológiai eszközök szerepe a társadalmi kommunikáció átalakulásában; kvalitatív projektív technikák, posztmodern megközelítések.

Oktatási területei: marketingkommunikáció stratégiai és kreatív tervezése, a marketing művészeti kérdései és legújabb megnyilvánulásai; direktmarketing; a design, mint marketing és kommunikációs eszköz vizsgálata.

E-mail: dora.horvath@uni-corvinus.hu



Dr. Mitev Ariel a Budapesti Corvinus Egyetem Marketing Tanszékének egyetemi docense. Jelenlegi kutatási területei: interkulturális kommunikáció, online kommunikáció, pénzügyi magatartás, kényszeres vásárlás, kiégés. *E-mail: ariel.mitev@uni-corvinus.hu*



Dr. Veszelszki Ágnes (PhD, 1982). Nyelvész, közgazdász. Az ELTE BTK oktatója; a Kommunikáció: internet és média műhely alapító vezetője; a Filológia.hu akadémiai folyóirat szerkesztője. Fő kutatási területei: képszöveg konglomerátumok, ikonok, digitális kommunikáció, digitális nyelvváltozat, beszélt nyelv, számítógép közvetítette kommunikáció az oktatásban. *E-mail: veszelszki.agnes@gmail.com*

(A szerzők betűrendben szerepelnek, a cikkhez azonos mértékben járultak hozzá)



Összefoglaló

Járt már mémekből összeálló virtuális tárlaton? Ha még nem, itt az idő. Interjúalanyaink virtuális kiállításokat állítottak össze az őket elérő mémek világából és bemutatták azt is, hogy mi miért került a kiállításra. Projektív, feltáró kutató munkánk során azt vizsgáltuk, hogy az internetet mindennapi rutinként használó fogyasztók körében spontán felidéződnek-e internetes mémek és milyen jelentéseket hordoznak. Munkánk alapját a spontán felidézett mémek és a hozzájuk kötődő fogyasztói narratívák jelentik (N=95).

Az internetes mémekre jellemző a szóbeliségre jellemző pletykahatás, az aktualitás, az azonnali reakció a történésekre. Az internetes mém olyan jelenség, fogalom, szöveg, kép vagy kép-szöveg kapcsolat, amely az interneten divatszerűen terjed; tartalma vicc, pletyka, kép, weboldal, hivatkozás, (ál)hír is lehet. Mindezeknek közös jellemzője a gyors, interneten való terjedés. A mémek közismertségének jelentősége, hogy bekerülhetnek a mindennapi köznyelvbe, kifejezőmódba, és mint ilyenek, akár a fogyasztói gondolkodás és a reklámyelv részévé is válhatnak. Cikkünkben feltérképezzük a mémek terjedését meghatározó fő tényezőket.

Kulcsszavak: *mém, internetes mém, új média, fogyasztói részvétel, kép és szöveg, fogyasztói kreativitás*

1. Tárlatismertető – Mémek & Muszorgszkij (Bevezetés)

Muszorgszkij „Egy kiállítás képei” című művét festő barátja, Viktor Hartman halála után rendezett kiállítástól ihletve írta. A képek újjászülettek, új értelmet kaptak Muszorgszkij kottái által, így biztosítva örök helyet számukra a zene zegzugos múzeumában. Valaminek az elmúlását egy másik csodás dolog születése váltotta fel, a kiállítás darabjai állandóan befogadhatók. Az általunk bemutatni kívánt mémek eredeti kontextusokból kiragadva újabb és újabb kontextusokban keresnek maguknak új értelemet, általában csak gyorsan múló, tiszavirág életű karriert befutva. Muszorgszkijjal szemben az általunk kiállított képek inkább csak időszakiak, gyorsan kisöprésre kerülnek, rövid, túlbujánzó pompázásukkal egymást oltják és szorítják ki.

Mielőtt belépnénk a mémek kiállításába, tudnunk kell, hogy ez nem lesz egy egyszerű út (One does simply walk...). A kapuban nem a Gnóm, hanem a morcos macska (Grumpy cat) fogad bennünket groteszk ábrázatával. A limoges-i piac kofáit Gordon Ramsay szakács ordibálásai és pikírt megjegyzései váltják fel, a kiscsibék tánca helyett pedig Gangman style vagy Harlem shake típusú táncformációkkal találkozhatunk. Baba Jagát kiüti kunyhójából Balotelli vagy Beyoncé varázslatos beállása, valamint a kultúra bejáratát többé már nem a kijevei nagykapu, hanem hungaro mémekből emelt bajusz és tájszólás kollekciónak jelenti. (A kiállítás programja az alábbi táblázatban látható).







A festő feladata a pillanat sűrítése, olyan pillanatoké, amelyeket aztán a befogadók saját magukban ki tudnak bontani. Ebben a folyamatban nyújtott segítséget a zeneszerző Muszorgszkij, aki zenéjével életre keltette a hangulatokat, zenei dallamvilággal oldotta fel a képek által fogva tartott momentumokat. A mémek jelenetek (filmek, felvételek) és szövegek sűrítése során jönnek létre, hogy ezáltal létrejöjjön a lehető legsűrűbb szöveg (legfeljebb egy mondat), valamint kép (plakátszerűen kimerevített kép vagy karakteres képsor).

1. táblázat

Kiállítási program: párhuzamok Muszorgszkij műve és a feldolgozott mémek között

A kiállítás képei - tételek	Tétel rövid leírása	Mém típus	Mém példa
Séta	A tárlat látogatójának szubjektív érzelmei, haladást és összekötést illusztrál	utat, küzdelmet, önmagunk keresését bemutató mémek	One does not simply walk (a kalandor előtt álló kihívások) 
Gnóm	Groteszk rajz az esetlenül mozgó törpéről, ahol egyetlen bizarr, vívódást kifejező gesztus tér vissza állandóan	groteszk arckifejezés vagy testtartás, mely magának a mémnek a védjegye	Grumpy cat (morcos macska) Trollface (provoktív groteszk arc)  
Az ódon kasztély (trubadúr)	trubadúr szerenádja az olasz várkastély alatt, keleties beütés, szándékos intonáció-vegyítés, parodisztikus íz	szöveg és zenealapú mémek, különféle stílusok vegyítése	Ain't nobody got time for that (dallamos nyilatkozatból készült mix)



<p>Tuileriák kertje</p>	<p>kertben játszó gyermekek kedvesen mozgalmas jelenete</p>	<p>gyerekszájra vagy karakterre építő vagy örömrzettel kifejező mémek</p>	<p>Success Kid (tengerparton játszó gyerek ökölbe szorított kézzel); Ridiculously Photogenic Guy (futóverseny közben készült vigyorgó kép egy fotogén srácról)</p>  
<p>Bydlo</p>	<p>a nehézkesen haladó ökrösszekér küzdelmes útja, a porfellel lassan szertefoszlik</p>	<p>filozofikus mélységű gondolatok, okos tanácsot adó állat (advice animal) típus</p>	<p>Philosoraptor (filozofikus dinoszaurusz) Actual advice mallard (tanácsot adó vadkacsa)</p>  




Kiscsibék tánca a tojás-héjban	a rajzot Szerov Trylby című balettje ihlette	Sajátos táncmozdulatokat megjelenítő mémek	Gangnam style Harlem shake
Samuel Goldenberg és Schmuyle	a befolyásos gazdag és a szegény koldus zsidó veszekedik	társadalmi szakadékokra vagy problémákra irányuló mémek	Skeptical Third World Child (a 3. világ problémáinak bemutatása a fejlett világgal való összevetés alapján); First World Problem (a fejlett világ mondvacsinált problémái)
A limoges-i piac	a veszekedő kofák sebesen pergő nyelvelése és indulatos gesztusai	vásári szócsaták, beszólások és káromkodások, hangulatképek	Gordon Ramsay megmondja Bitch please; Lazy College Senior



Katakombák	a katakombák kísérteties látomása, lámpással a sírok között	Eltemetett eseményeinek felszínre hozása, leleplező mémek	Bad Luck Brian (viccesen sikerült tablókép) Vak komondor (politikai mesevilág); TEK melléfogások  
Halottakkal a halottak nyelvén	a megszólított koponyák belsejében fény gyullad fel, félelmetes látomások	Kapocs a természetfeletti világhoz, hősköz vagy két világ közti közvetítőkhöz kapcsolódó mémek	Chuck Norris (a legyőzhetetlen); Tibi atya (az alkoholistá pap) 
Baba-Jaga kunyhója	az orosz népmesék vasorrú bábájának kacsalábon forgó háza	Modern varázslók (focisták, énekesek) színpadi játékára vagy alakítására építő mémek	Balotelli gólöröme; Beyoncé a superbowl-on 



A kijevei nagykapu	diadalmas orosz népi hangú finálé Kapu a saját kultúrához	Saját kultúrát megismertető és népszerűsítő mémek	hungaromém (bajusz és tájszólás) 
--------------------	--	---	---

Forrás: saját szerkesztés

2. A kiállított tárgyak: mémek (Elméleti háttér)

2.1. A mém definíciója – a memetika alapján

A mémelmélet alapja az evolúciós biológia; egyik alaptétele szerint az evolúció feltétele a variáció (a különböző elemek folyamatos bővülése); az öröklés/replikáció (az elemek képesek önmaguk másolására); eltérő rátermettség (a másolatokat az elem és környezete tulajdonságai együttesen határozzák meg) (Dennett 2008: 19). Dawkins szerint az új replikátorok az ideák, és azokat a komplex ötleteket, a kulturális átvitel vagy imitáció egységeit nevezi a fogalom 1976-os bevezetésekor mémeknek, amelyek „megjegyezhető egységekké képesek önmagukat alakítani” (Dennett 2008: 20, 28).

A (biológiai vagy számítógépes) vírus terjedésének két alapfeltétele van: egyrészt a gazdaszervezetnek kész kell lennie az információ (közel) hű másolására, másrészt engedelmesskednie kell a másolt utasításoknak (Dawkins 2008: 11). Dawkins elmélete (1993, 2008) szerint az információk közvetítésében, vírusszerű másolásában, megfertőzésében, a sejtgépezetben a gének, a számítógépeken a programok játsszák a legjelentősebb szerepet. Ezekhez hasonlítja az információk elmében való terjedését is, azzal a lényeges különbséggel, hogy az agy megfertőzésének másolási (szöveg) hűsége elmarad az előbbi kettőtől, továbbá a feltételként szabott engedelmeskedés sem mindig valósul meg (Dawkins 2008: 11). Ez utóbbira példa a divat vagy a (vak)hit – annak sem engedelmeskedik a követője mindig, minden esetben. Dawkins szerint „az elmék barátságos környezetnek számítanak az élősd, önlemásoló idea vagy információ számára, és az elmék kimondottan erősen fertőződnek” (Dawkins 2008: 12). Az „elme paraziták” progresszív evolúción mennek keresztül, az így létrejövő új mutánsok jobban fertőznek. Dawkins – az ismert „önző gén” analógiával – bebizonyította egyes kulturális jelenségekről, „hogy nem azért alakultak ki, és terjedtek el, mert igazak, hanem azért, mert önmagukra nézve előnyösek” (H. Nagy 2008: 55, vö. Dawkins 2005, Blackmore 2000b: 5). Ezeket nevezi Dawkins mémeknek. (A tudományt – módszertani pontossága és nem öncélúsága miatt – kizárja a mémek köréből [Dawkins 2008: 18].)

A replikáció egységei a mimémák, ennek rövidebb elnevezése a mém (amely hasonlít a gén szóra, de rokonítható a memória és a francia mème 'ugyanaz' szóval is). A mém lehet „egy dallam, egy gondolat, egy jelszó, ruhadivat, edények készítésének vagy boltívek építésének módja”; a mém agyból agyba költözik – utánzás révén (Dawkins 1976). El-



sődleges szabálya (szintén az önző gén analógia alapján), hogy a replikáció „semmi magasabb jónak nem szolgálja az érdekét” (Dennett 2008: 21), azaz a mémek terjedésének oka a replikáció maga (Blackmore 2000b: 5). „A mémek mára a fény sebességével terjednek a világban, s replikálódnak olyan tempóban, ami alapján a gyümölcslegyek vagy az élesztőbaktériumok ciklusa álmatagnak tűnik. Válogatás nélkül szökkennek gépről gépre, médiumról médiumra, bizonyítván, hogy gyakorlatilag elszigetelhetetlenek” (Dennett 2008: 24, eredetiben: Dennett 1990: 131). A mémek láthatatlanok, de mémhordozók (például képek, könyvek, szóbeli elbeszélések, írásbeli/digitális adattárolók) terjesztik; az utóbbi időben az elektronikus születésű mémek „robbanásszerű burjánzás”-nak indultak, hiszen láthatatlanok, fénysebességgel terjednek, és „potenciálisan halhatatlanok” (Dennett 2008: 24; kiemelés az eredetiben). Az emberi tudat korlátai miatt a mémek „versengeni” kényszerülnek, hogy annyi agyba jussanak el, amennyibe csak lehetséges – ez az oka a találékonyaságuknak. Mém tehát Dennettnél például a vakhit, a tolerancia, a szólásszabadság, az összeesküvés-elméletek, de a továbbküldendő e-mailés lánclevelek is ide tartozhatnak.

2.2. A mém, mint sajátos kép-szöveg konglomerátum

A kép és szöveg kapcsolata a vonatkozó szakirodalom (összefoglalása: Nyíri 2011) alapján háromféle lehet:

1. a képek elsőrendűek a szavakkal szemben;
2. a képek (önmagukban) nem egyértelműek;
3. képek és szavak kölcsönhatásban, egyenrangú viszonyban vannak.

A képek elsőrendűségének az egyik bizonyítéka, hogy a képek önmagukban (egyértelmű) jelentéssel bírnak. „bizonyos vizuális reprezentációk szavak kísérete nélkül is közvetíthetnek jelentést” (Nyíri 2011: 45). A képek evolúciós szempontból megelőzik a szavakat – szól a képek elsőrendűsége melletti másik érv. Az emberi gondolkodás verbális és vizuális dimenziójából a vizuális (képi) az ősi-alapvető (Nyíri 2011: 83), az „emberek elsősorban képekben gondolkodnak, s csak azután elvont szavakban” (Nyíri 2000). A képek elsőrendűek, szól a harmadik érv, mivel olyan információt is tudnak kódolni, amelyet a verbalitás nem. „A kép valódi értéke [...] abban áll, hogy olyan információt képes közvetíteni, amely semmilyen más módon nem kódolható” (Gombrich 1972, idézi: Nyíri 2011: 60). A kutatás során vizsgált mémek közül Gangnam style és Harlem shake képei; Balloteli pózai vagy a vak komondor.

A szavak nélkül a képek nem egyértelműek, a képeket a szavaknak kell egyértelműsíteniük – tartja a másik nézet. A képi információ olykor csak verbális fogódzók (például címek, címkék, képfeliratok, képaláírások) révén értelmezhető; a kép érthetőségéhez tehát a kulturális konvenciókba ágyazottság és a verbális jelzések (kód, képfelirat és kontextus) járulnak hozzá (Gombrich 1972, Nyíri 2011: 5).

A harmadik felfogás szerint a kép és szöveg kölcsönhatásban, egyenrangú viszonyban vannak: sem a mentális „képek, sem szavak nem alkotnak független folyamatokat” (Paivio 1971: 27, 32; idézi: Nyíri 2011: 20), tehát folyamatos kölcsönhatásban vannak. E



szoros kapcsolat jellegzetes példája a (webes) képregény, sajátos esetét például a képversek vagy a szófelhő jelentik (Veszelszki 2012c).

A képi fordulat (pictorial turn) egyik legismertebb teoretikusa, Mitchell (1992; 1994: 89; 2013) más szempontokat figyelembe vevő, ám hasonló felosztása szerint a kép és szöveg kapcsolata szintén háromféle lehet:

1. *image/text*: A kép-szöveg között szakadék, űr (gap, cleavage) van, nincs közöttük kapcsolat. Erre példa az (egyébként Foucault [1968] által is elemzett, René Magritte-féle 1926-os) Ez nem pipa nem-kommunikációja: a szöveg tagadja a képet, az elme viszont a kép alapján tagadja a szöveget.
2. *imagetext*: A kettő összeolvad (composite), olyannyira, hogy a kép szinte nem is tűnik fel. Ennek példái a képversek, a kollázsok, a tipográfia; átvitt értelemben pedig a kép és nyelv a memóriában, a kép a diskurzusban.
3. *image-text*: A verbális és vizuális kapcsolatát jelenti (relations). Ily módon működnek Mitchell felfogása szerint a képregények. És ide illeszthetjük a Mitchell által nem elemzett, de napjainkban az újmédia hatására víruszerűen terjedő képeket, az ún. mémeket is. Munkánk során vizsgált mémek többsége az ikonikussá vált képek a szövegekkel nyernek újabb és újabb jelentést és terjednek (ld. az 1. táblázatban szereplő példákat: Grumpy Cat, Bad Luck Brian, Sceptical 3rd World Child, Overly Attached Girlfriend, Mckayla is Not Impressed, Dogshaming, Ridiculously Photogenic Guy.)

2.3. A mém – a kulturális epidemiológia alapján

Kognitív pszichológiai szempontból közelít a kulturális jelenségek terjedésének kérdésköréhez Dan Sperber (1996). Megkülönbözteti az egy felhasználóval rendelkező mentális reprezentációkat (mint a hiedelmek, vágyak, félelmek, szándékok és preferenciák) a minden esetben több felhasználóhoz kötődő nyilvános reprezentációktól (ezek különféle artefaktumok, jelek, szövegek, képek lehetnek; Sperber 1996: 24). A kulturális reprezentáció széles körben elterjedt, hosszabb távon ható, mentális és nyilvános reprezentációkból álló halmaz, amely egy adott társadalmi csoporthoz köthető (Sperber 1996: 33, 49). A korábban ismertetett Dawkinsra és Dennettre hivatkozva Sperber (1996: 57, 100–101) is megállapítja, hogy az emberi elme fogékony a kulturális reprezentációk befogadására, akárcsak az emberi szervezet a betegségekre. Annak megértéséhez, miért terjednek a reprezentációk a társadalomban, a „kulturális epidemiológia”, azaz járványtan metaforáját hívhatjuk segítségül, két megkötéssel: egyrészt a kulturális reprezentációk a betegségterjesztő vírusokkal szemben nem patogikusak (nem kórosak), másrészt, míg a hagyományos vírusok csak esetenként mutálódnak a transzmisszió során, addig a reprezentációk a terjedésükkor szinte mindig megváltoznak, sok variációjuk jön létre (Sperber 1996: 24–25, 58). Ennek magyarázatául a pszichológia szerint az szolgálhat, hogy minél kisebb mentális ráfordítással minél nagyobb kognitív hatást érzünk el („effect-effort ratio”, Sperber 1996: 53). A kulturális reprezentációk terjedhetnek nagyon lassan, generációról generációra (mint a hagyományok), illetve elérhetnek gyorsan egy nagyobb populációt (mint a divat vagy a pletyka, Sperber 1996: 58). A terjedésükben intraindividuális (gon-



dolkodás, emlékezés) és interindividuális folyamatok (kommunikáció) játszanak szerepet (Sperber 1996: 62). Bár Sperber elsődlegesen mítoszokról, vallásos doktrínákról, rituálékról, különféle technikákról ír, terjedési módjuk, megjelenési formájuk, divatszzerűségük miatt a mémek is beilleszthetők a kulturális reprezentációk körébe.

2.4. Mémek az interneten

A mém és a memetika, a kulturális epidemiológia kapcsolatának fenti áttekintésből is látható, hogy az eredeti, a darwini evolúcióelméleten alapuló, dawkinsi mém-fogalom igen nagy jelentésbővülésen ment keresztül, és jelenleg eljutott a „kulturális gén”, „a kultúra utánzásán keresztül terjedő egysége” meghatározáson (L. Varga 2008: 30, vö. Blackmore 2000a: 20, 2000b) keresztül az interneten folklórszerűen terjedő, gyakorlatilag bármilyen jellegű, képes-szöveges-hangos tartalom általános definíciójáig.

Az internetes mémekre jellemző a szóbeliségre jellemző pletykahatás, az aktualitás, az azonnali reakció a történésekre. Az internetes mém olyan jelenség, fogalom, szöveg, kép vagy kép-szöveg kapcsolat, amely az interneten divatszzerűen terjed; tartalma vicc, pletyka, kép, weboldal, hivatkozás, (ál)hír is lehet. Mindezeknek közös jellemzője a gyors, interneten való terjedés. A közösségi médiában (főképpen a Facebookon) szinte bármely tartalmat meg lehet jelölni a Like 'tetszik' gombbal, illetve mások idővonalán, valamely oldalon vagy csoportban a Share 'megoszt' gombbal megosztani. A lájkolt/megosztott tartalmat az ismerősök is látják, az ő idővonalukon is megjelenik, ily módon terjednek e tartalmak. Önálló mémgyűjtő, saját közösséggel rendelkező oldalak is létrejöttek (például: 9gag.com, knowyourmeme.com, memebase.cheezburger.com, demotivation.us). Az internetes mémek változatlanul vagy kisebb-nagyobb változtatásokkal akár évekig is keringhetnek az interneten, ám legtöbbjük élete csupán néhány hétig, legfeljebb hónapig tart.

3. Az alkotás folyamatáról (Alkalmazott kutatási módszertan)

Kutatásunk szabadon választott mémekről szóló fogyasztói narratívák tartalomelemzése alapján készült. A kutatásra 2013 tavaszán került sor, résztvevői a Budapest Corvinus Egyetem harmadéves, marketingkommunikációs tárgyakat tanuló hallgatói voltak. Ez egyben a kutatás korlátját is jelenti, mivel csupán a 20-22 éves egyetemista réteget érdeklő mémekről kaptunk áttekintést. A 95 válaszadó összesen 125 különféle mémet, mindösszesen 281 mémet említett, vagyis még egy viszonylag homogén réteg esetén is meglehetősen nagy széttöröttség jellemző. A leggyakrabban említett mémeket a 2. táblázat foglalja össze (a rövid leírás a kutatási alanyok megfogalmazásai alapján készült, további képes illusztrációt, a kiállítási katalógust ld. a mellékletben).

Kutatásunk résztvevői az alábbi instrukciók alapján dolgoztak: „Képzeld el, hogy egy virtuális tárlatot kell, vezess mémekről, amelyet a korosztályodba tartozók fognak megtekinteni. Mint a virtuális tárlat vezetője, az a feladatot, hogy válogass be három olyan mémet (és azok változatait), amelyek megtekintését a leginkább javasolnád. A kiválasz-



tott mémnél határozd meg az eredeti kontextust, hogy miért választottad, valamint azt, hogy miben áll szerinted a mém nagyszerősége!

2. táblázat
A leggyakrabban említett mémek és leírása

Mém	Rövid leírás és eredet	Jellegzetes-ségek	Említés
Grumpy Cat (zsémbes macska)	Tardar Sauce nevű, teljesen átlagos arizonai cica, aki vicces kinézetével hatalmas rajongótáborra tett szert az interneten. A lefelé görbülő szájú macskát ábrázoló mémek szarkasztikus életutálatot tükröző feliratokkal jelennek meg.	Arckifejezés (grimasz), cuki macska	26
HungaroMém	Bajusz (hagyományos magyar pödört arc-szőrzet) elhelyezése különböző fotókon, illetve igazi betyáros szövegek megfogalmazása.	bajusz, tájszó-lás	26
Balotelli beállása	Mario Ballotelli 2012-es EB elődöntőn a németek ellen lőtt gól utáni beállása. A gól után levette a pólóját és megfeszített izmokkal állt egyhelyben.	Testtartás (befeszített póz)	12
One does not simply (walk into Mordor)	A mém eredete a 2001-ben készült Peter Jackson által forgatott Gyűrűk ura – A gyűrű szövetsége című filmben van. A jelenetben a gyűrű elpusztításáról döntenek, melyet a Végzet Hegyébe kell dobni, amely Mordorban található. Erre a lehetetlennek tűnő feladatra reagált Boromir úgy, hogy „One does not simply walk into Mordor”. Akkor használatos, amikor valamilyen nehéz feladatot akarunk megtenni, elvégezni. Olykor már-már lehetetlennek tűnőt.	Beállítás és mondat	8
NOT BAD	Obamát lefényképezték, hogy közben grimaszolt, és ennek a rajzolt változata ez a mém. Meglepett, elismerő arckifejezést ábrázol. A mém előfordulása: meglepő szituációkban, rendkívüli attrakciók végén	Grimasz (rajzolt lett)	7



Gordon Ramsay megmondja	(Gordon Ramsay) jellemző magatartását figurázza ki, aki folyamatosan csúnyán beszél és ordibál az emberekkel. A mém ezt eltúlozva, de valóban mutatja be. (Gratulálok, sikerült odaégetni a VIZET!) Az eredeti kontextusban egy tv műsorokból ismert szakács próbálja kihozni a maximumot versenyzőiből. Ehhez gyakran ordibál velük, gúnyolódik rajtuk.	Csípős megjegyzések	7
Bitch Please	Yao Ming, kínai kosarazó arckifejezéséről sajtótájékoztatón készített pillanatfotó, ebből készült a rajz. - B*tch Please! (magyar fordításban: Ugyan már!): a kép univerzálisan kifejezi egy személy nemtörődömségét, lazaságát, illetve mások megkérdőjelezését, túlcitálását.	Arckifejezés (rajzolt lett)	6
Bad Luck Brian	Egy szerencsétlenül sikerült tablókép egy középiskolás fiúról. Kiválóan alkalmas a saját szerencsétlen történeteid elmesélésére	Arckifejezés	6
You don't say	„Alapja Nicolas Cage arckifejezése, amely az 1988-as „Vampire’s Kiss” című filmből való. Az ebből készült később rajzolt grafika, mely idővel még jobban elterjedt, mint az eredeti. Akkor szokás használni, ha valaki egy teljesen egyértelmű dolgot mond, vagy magyaráz, amely már triviális, ennek ellenére tovább mondja.	Arckifejezés (rajzolt lett)	5
Trollface	A trollkodás, azaz valakiből tréfát üzni. Egy devianArt nevű felhasználó által készített trollkodást megörökítő képregény MS Painttel készítve. Az egyik legrégebbi mém.	Arckifejezés (rajzolt)	5
Lazy College Senior	Lusta egyetemista: egy éppen sört kortyoló fiatal srác képe az iskolai lustaságot megtestesítő példákkal. A Redditor-on tűnt fel először: „5 perc késés az óráról, kihagyom az egész napot” szöveggel. Egyetemisták könnyen tudnak azonosulni vele.	Arckifejezés és gondolat	5

Forrás: saját kutatás



4. A kiállított k(m)ép(m)ek jelentése (A kutatási eredmények első feltáró elemzése)

Mémérték

A mémeknek a márkaértékekhez hasonlóan meghatározható az értéke, ezt hívhatjuk mémértéknek. Mivel általában egy illékony anyagról van szó, ami gyorsan lángra kap, majd pedig kihuny, ezért figyelembe kell venni a lángra kapás körülményeit ugyanúgy, mint annak fenntartásának eszközrendszerét. A marketingben alkottak már márkaérték-elméleteket szép számmal (lásd pl. Aaker 1996; Keller 2003). Mi arra voltunk kíváncsiak, hogy egy mém értékét mely tényezők befolyásolják. A mém értékessége fennállásának hosszában, a hozzájárulások számában és változatosságában, az alkalmazhatóság sokrétűségében, üzenetközvetítő képességében, a kiváltott kreativitás minősége alapján értékelhető. Jelen tanulmányunkban az értékelés dimenzióit mutatjuk be.

3. táblázat

Mémértéket meghatározó dimenziók

Mémfaktor	Magyarázat	Példák, ahol az adott faktor erős
Egyediség	Mennyire különleges, egyedi a mém	Kategóriateremtő mémek, copycatok már nem működnek
Felismerhetőség	Mémnek mennyire vannak egyedi, jól azonosítható elemei, amelyek védjegyként működnek	Socially Awkward Penguin (ugyanaz a pingvin) You don't say (nem mondod arckifejezés) Not bad (arckifejezés)
Aktualitás	Mennyire aktuális a mém vagy az újabb kontextusok? A mém divatjellegéből adódóan lényeges annak frissessége	TEK melléfogások, vak komondor, II. Erzsébet az Olimpián
Variálhatóság	Milyen mértékben és változtatható, alakítható át a mém. A variálhatóság megóvja a mémet a gyors kifáradástól.	Balotelli beállása, Grumpy cat körüli szöveg
Azonosulás	Befogadók (célcsoportok) mennyire könnyen tudnak azonosulni a mém által közvetített üzenettel	Lazy College Senior (lusta egyetemista gondolatai)



Maszkyszerűség	A mém milyen mértékben ad rá lehetőséget, hogy egy másik szerepbe belebújjunk és magunk elé tegyük	Trollface, Me Gusta, hungaromém (bajusz)
Humor	Befogadók számára milyen mértékben vicces és szórakoztató a mém	hungaromém (tájszólás)
Szerethetőség	Mém „cukisági” faktora, hogy mennyire szerethető	Grumpy cat

Forrás: saját szerkesztés

4.1. Egyediség, felismerhetőség: a mém a közös tudás része

A mém terjedésének alapfeltétele az, hogy közönsége tudja-e olvasni, vagyis érti-e. Azonosíthatóságának feltétele saját karaktere, egyedisége, és ennek megfelelően ismerhető fel:

- Szavak nélkül is vicces mém, ráadásul az ember is híres rajta, így mindenki tudja, hogy csak viccről van szó. (Balotelli mém)
- ismert, mindenki ismeri az arckifejezést (Not bad, Obama mém)
- A magyaroknak különösen viccesek, hiszen mi tudjuk, hogy min alapszanak ezek a mémek. (Hunagro mém)
- Tökéletesen visszaad egy reakciót, amit sokszor érzünk, mégse lehet elég kifejezően szavakba önteni (Yao Ming, Bitch please mém)
- Hihetetlenül vicces, ráadásul ez egy annyira elterjedt mém, hogy a hozzá tartozó szöveg az interneten kívül is elterjedt: az élet adta hasonló helyzetekben (például, amikor egy kiskamasz fiú felvág valamivel, stb.) már csak szóban is használjuk a jellegzetes mondatot, és olyankor mindenkinek ez a kép ugrik be. (Watch out guys, we're dealing with a badass over here mém)
- sok fiatal nézi a sorozatot, akik mind ismerik ezt a mémet, és mivel ismerik az eredetét, nem félnek használni más szövegek környezetben: pl. Neptun posts are coming (Brace yourself: Winter is coming mém)

4.2. Variálhatóság: az új kontextus a terjedés feltétele

A mém erejét jelzi központi gondolatának egyértelműsége, és rugalmassága arra, hogy újabb és újabb kontextusokban továbbra is felismerhető formában jelenhessen meg. A 281 különböző mém említése során e szempont jelent meg legdominánsabban a válaszokban. A mém kontextus-függetlensége és variálhatóságának teszi igazán szórakoztatóvá és képessé arra, hogy sokáig fennmaradjon. Láthatjuk azt is, hogy a központi gondolat új helyzetbe kerülése mellett megjelenik a központi gondolat variálása is: pl. Socially Awkward Penguin:

Nagyon tetszik, hogy a Socially Awkward Penguin-ből lett a Socially Average Penguin, amit a Socially Awesome Penguin követett. Később hibrid variációk is születtek. Remek változatok, egyszerűen megunhatatlan. (Socially Awkward Penguin mém)



Az alábbiakban láthatók, hogy az új kontextusba helyezhetőség lehetősége szinte a legfontosabb feltétel a mém terjedésének:

- Az eredeti mozdulatot teljesen más kontextusba helyezve ezt a frappáns és vicces karikatúrát kapjuk. (Balotelli mém)
- Zseniális, hogy mennyi helyen és mennyi tárggyal megállja a helyét Balotelli. (Balotelli mém)
- Senki nem gondolna rá, hogy pl. a House sorozat Viskó néven futhatna, ha egy kackiás bajszot tennénk a főszereplő, megmosolyogtató. (Hungaro mém)
- A bajusz, mint mém könnyen adaptálható más mémekre, így közelebb hozza a magyarság életérzéséhez az eseményeket, híreket megörökítő karaktereket, összehozza az online magyar közösséget. (Hungaro mém)
- Nagyon egyszerű a mechanizmusa, az internet amúgy is odavan a macskákért, ez pedig különösen vicces, mert mindenki látott már morcos macskát és elképzelte, hogy mire gondolhat. (Grumpy Cat mém)
- Nagyon vicces, tényleg sok mindenre rá lehet illeszteni, az emberek kritikussága és a pesszimista életfelfogása nagyon jó párhuzamban van Grumpy ket életundorával. (Grumpy Cat mém)
- Egyszerű, és nagyon sokféle képalírással tud humoros lenni. Marketing szempontból, egy fiatalosabb imázs esetében facebook-kampány része is lehet. (Grumpy Cat mém)
- Óriási siker, rengeteg szituáció hozzászólásához elég csak ennyit mondani, hogy bitch please és máris mindenki tudja, hogy miről van szó. (Yao Ming, Bitch please mém)
- Azért nagyon kreatív, mert nem csak a képpel értelmezhető a szöveg, de rengetegen használják a „you don't say” kifejezést a fiatalok közül mindannyi beszélgetés során (You don't say mém)
- Nagyon sok helyen és különböző és szituációban alkalmazható, eléggé univerzális. (You don't say mém)
- A film híres mondatának nagyon sokféle kreatív átalakítása. (One does not simply walk into Mordor)
- Eléggé kifejező, és sok esetben lehet használni. Az internetes fórumokban és egyéb humoros portálokon nagyon gyakran választott amiatt, hogy a legkülönfélébb kontextusokban helyezhető el. (One does not simply walk into Mordor)
- Minden alkalomhoz írható hozzá valamilyen szöveg. (One does not simply walk into Mordor)

4.3. Üzenetközvetítő – nagy kérdések felvetése

A mém képes arra, hogy valós társadalmi kérdésekre – mint a 3. világ helyzete vagy akár a nemzeti öntudat – felhívja a figyelmet. Mint ilyen akár szervezeti, vállalati vagy márkakommunikáció eszköze is lehet.

- Végre megindult egy hullám, amely megszeretteti a magyar nyelvet ötletessége miatt, és bemutatja szépségét, gazdagságát és humorát. (Hungaro mém)



- Kötődik Magyarországhoz, ad egyfajta humorból vegyített identitástudatot. (Hungaro mém)
- A mai közkedvelt mémeken keresztül hívja fel a figyelmet a Harmadik világ országainak problémáira. (Skeptical Third World Child mém)
- Habár elsőre nagyon humoros, komoly problémákat vet fel: családon belüli erőszak, bizonytalan politikai helyzet. (Vak komondor mém)
- Változatos videók, újfajta megközelítése a világ dolgainak kicsit agyament, de annál viccesebb módon. Biztosan leköt egy „kevés” időre, főleg mikor lenne ezer más dolog (pl. a vizsgaidőszakban tanulni). (Arc nélküli manus mém)

A válaszadók a fentiekhez hasonlóan kifejezték érzelmi viszonyulásukat kutyákhoz, macskákhoz (pl. dogshaming, Grumpy cat), kifejezték, hogy egyes színészek helyzetével és megnyilvánulásaival egyetértenek és azonosulnak azokkal, akár a közbeszéd részévé válhatnak gesztusaik (pl. McKayla is not impressed, Bitch please). A mém szintén a humor és a szórakoztatás forrása, a válaszadók számos esetben a humor jelölték meg választásuk indokaként, a humor és vicc típusainak elkülönítése már egy következő kutatás tárgya lehet.

5. ZáróMém (Következtetések)

Feltáró kutatási eredményeink alapján az látható, hogy az interneten terjedő mémek terjedésének feltétele az, hogy központi gondolatuk egyértelműen kirajzolódó, azonosítható legyen és ez a gondolat számos, akár megszámlálhatatlan kontextusban is megjelenhessen. Továbbá a mém terjedésének fontos értékmérője tartalma, ez lehet:

- szórakoztató humoros, vicces tartalom
- társadalmi szintű kérdéseket felvető gondolatok
- érzelmeket, együttérzést kiváltó helyzetek
- önkifejezésre, azonosulásra alkalmas sémák.

Láthattuk, hogy a mém fejlődése és változása különböző mértékű lehet: vagy felismerhető állandó formai elemekkel (egyfajta egységes arculattal) mutálódik, vagy csak a központi gondolat (kreatív koncepció) állandó és mind képből és szövegben is változik a kifejezés módja. Előzetes eredményeink alapján elmondható, hogy a változékonyság formája nem áll a terjedés útjába. A táblázatban ábrázolt, legtöbbször mémek megtekintők a kiállítási katalógusban (ld. melléklet).



4. táblázat
a vizsgált mémek változatosságának mértéke és az említések száma

Változó elemek Forma	Állandó formai elemek	Laza formai keret – csak a központi gondolat állandó
Szöveg alapú mém		Hókáosz / Belügyminisztérium SMS (2)
Kép alapú mém	Balotelli (12) Not Bad (7)	Hungaro mém (26) Bitch please (6) Troll face (5)
Kép és szöveg alapú mém	Grumpy cat (26) One does not simply walk (8)	Gordon Ramsay (7) Bad Luck Brian (6) You don't say (5)
Filmjeleneten alapuló mém	Gangnam style (2)	Harlem Shake (2)

Forrás: saját kutatás

A mémek a mindennapi internet-használó közönség beszédének, kommunikációjának részei, terjedésük és alakulásuk mélyebb megismerése elengedhetetlen az új médiával foglalkozó kutató és marketingszakember számára.

FELHASZNÁLT IRODALOM

- AAKER, D. A. (1996): *Building Strong Brands*. New York: The Free Press.
- BALÁZS Géza (2004): *Választási sms-ek folklorisztikai-szövegtani vizsgálata*. In: Magyar Nyelvőr. 36-53.
- BALÁZS Géza (2006): *Az sms-folklór – a minimálfolklór nyelvi képe I*. In: Magyar Nyelvőr. 439-56.
- BALÁZS Géza (2007): *Az sms-folklór – a minimálfolklór nyelvi képe II*. In: Magyar Nyelvőr. 48-62.
- BALÁZS Géza (2011): *Sms-nyelv és -folklór*. Budapest: Magyar Szemiotikai Társaság, Inter Kft., Prae.hu.
- BLACKMORE, Susan (2000a): *Die Macht der Meme: Oder die Evolution von Kultur und Geist*. Heidelberg.
- BLACKMORE, Susan (2000b): *The Meme Machine*. Oxford University Press.
- DAWKINS, Richard (1976): *The Selfish Gene*. Oxford University Press.
- DAWKINS, Richard (1993): *Viruses of the mind*. Dennett and his critics: Demystifying Mind. Szerk.: Bo Dahlbom. Cambridge (Mass.): Blackwell.
- DAWKINS, Richard (2005): *Az önző gén*. Ford. Síklaki István. Budapest: Kossuth Kiadó.



- DAWKINS, Richard (2008): *Az elme vírusai*. Fordította: Palatinus Zsolt. In: Prae 034, 5-18.
- DENNETT, Daniel C. (1990): *Memes and the exploitation of imagination*. In: The Journal of Aesthetics and Art Criticism 48, 127-135.
- DENNETT, Daniel C. (2008): *Mémek, avagy a képzelet kizsákmányolása*. In: Prae 034, 19-29.
- FOUCAULT, Michel (1983): *This is Not a Pipe*. University of California Press. Első kiadás: 1968.
- GOMBRICH, Ernst (1972): *The Visual Image*. Scientific American 227/3, September 1972, 82.
- H. NAGY Péter (2008): *Mém Wars*. Válasz McGrath Dawkins-kritikájára. In: Prae 034, 40-63.
- HOPPÁL Mihály (1984): *Szent Antal-lánc, avagy a szerencse lánclevele*. In: Világosság XXV/12. 769-76.
- KESZEG Vilmos (1991): *A folklór határán*. A népi írásbeliség verses műfajai Aranyosszéken. Bukarest: Kriterion Könyvkiadó.
- KELLER, Kevin Lane (2003): *Strategic Brand Management*. Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.
- L. VARGA Péter (2008): *A mém „olvasása”*. Memetika és irodalom(tudomány). In: Prae 034, 30–39.
- MITCHELL, W. J. T. (1992): *The Pictorial Turn*. Artforum 1992/3, 89-94.
- MITCHELL, W. J. T. (1994): *Picture Theory*. Essays on Verbal and Visual Representation. Chicago: Chicago University Press.
- MITCHELL, W. J. T. (2013): *Image X Text*. Előadás, CEU, Budapest, 2012. május 27.
- NYÍRI Kristóf (2000): *A multimedialitás ismeretfilozófiája*. Uniworld Közhasznú Egyesület. Kultúrák közötti kommunikáció szabadegyeteme. <http://www.phil-inst.hu/uniworld/kkk/mm/mm.htm> [2011. 06. 03.]
- NYÍRI Kristóf (2011): *Kép és idő*. Budapest: Magyar Mercurius.
- PAIVIO, Allan (1971): *Imagery and Verbal Processes*. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- RUNKEHL, Jens – SCHLOBINSKI, Peter – SIEVER, Torsten (1998): *Sprache und Kommunikation im Internet*. Überblick und Analysen. Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- SCHLOBINSKI, Peter (2009): *Von HDL bis DUBIDODO – (K)ein Wörterbuch zur SMS*. Mannheim–Leipzig–Wien–Zürich: Duden.
- SPERBER, Dan (1996): *Explaining culture: a naturalistic approach*. Oxford: Blackwell.
- VESZELSZKI Ágnes (2006): *Az sms nyelvhasználatának extralingvális és intralingvális vizsgálata*. Szakdolgozat. Budapest: ELTE BTK. Kézirat.
- VESZELSZKI Ágnes (2011a): *Lájkolom! A Facebook-folklórról*. In: Csiszár Gábor, Darvas Anikó (szerk.): Klárisok. Tanulmánykötet Korompay Klára tiszteletére.



Budapest: ELTE, Magyar Nyelvtörténeti, Szociolingvisztikai, Dialektológiai Tanszék. 379-390.

VESZELSZKI Ágnes (2011b): *Az infokommunikációs technológia hatása a nyelvre*. PhD-értekezés, kézirat. Budapest: Eötvös Loránd University.

VESZELSZKI, Ágnes (2011c): *Image and Self-representation*. In: Benedek, András – Nyíri, Kristóf (eds.): *Images in Language. Metaphors and Metamorphoses*. Visual Learning Vol. 1. Frankfurt am Main et al.: Peter Lang. 125-136.

VESZELSZKI Ágnes (2012a): *Connections of Image and Text in Digital and Handwritten Documents*. In: Nyíri Kristóf (szerk.): *The Iconic Turn in Education*. Visual Learning Vol. 2. Frankfurt am Main et al.: Peter Lang. 97-110.

VESZELSZKI, Ágnes (2012b): *Digilekt in deutscher Sprache? ”*, in Marlies Ockenfeld, Isabella Peters, Katrin Weller (eds.), *Social Media und Web Science. Das Web als Lebensraum*, 2. DGI-Konferenz, 64. Jahrestagung der DGI (Düsseldorf, 22. bis 23. März 2012), Tagungen der Deutschen Gesellschaft für Informationswissenschaft und Informationspraxis, Band 16, Frankfurt am Main: Deutsche Gesellschaft für Informationswissenschaft und Informationspraxis e. V. (DGI), 453-456.

VESZELSZKI Ágnes (szerk.) (2012c): *Netszótár. @-tól a Zukbergnetig*. Budapest: ELTE Eötvös Kiadó.

VESZELSZKI, Ágnes (2013) (m. a.): *Promiscuity of Images*. Memes from an English-Hungarian contrastive perspective. In: Benedek, András – Nyíri, Kristóf (eds.): *How To Do Things With Pictures: Skill, Practice, Performance*. Frankfurt: Peter Lang.



KIÁLLÍTÁSI KATALÓGUS (MELLÉKLETEK)

Role		1. emítés	2. emítés	3. emítés	Összesen
7	Grumpy Cat	15	7	4	26

Role		1. emítés	2. emítés	3. emítés	Összesen
5	HungarolMém	11	9	6	26



Role		1. említés	2. említés	3. említés	Összesen
4	Mario Balotelli	6	5	1	12

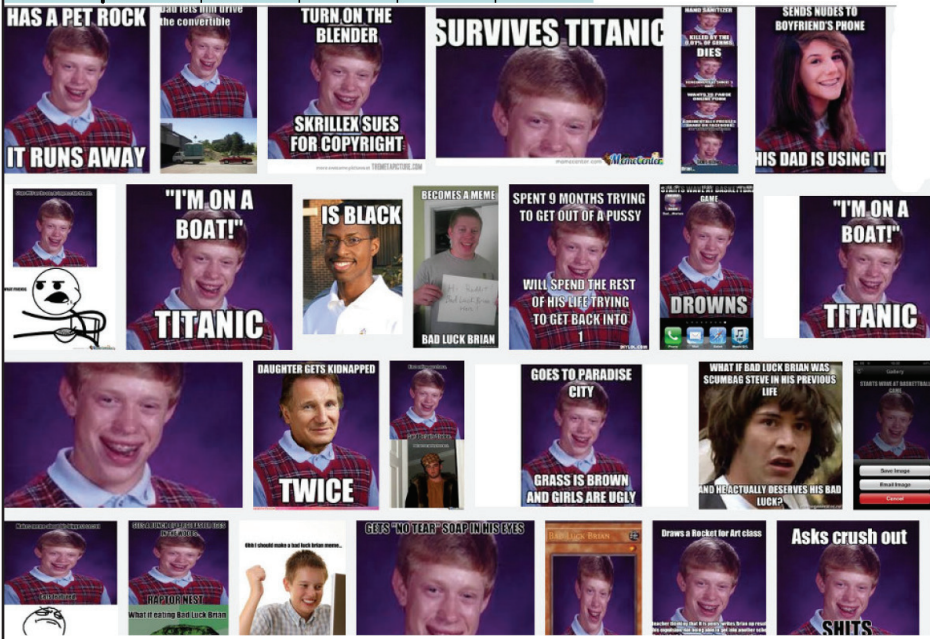
Role		1. említés	2. említés	3. említés	Összesen
22	One does not simply walk into Mordor	3	3	2	8

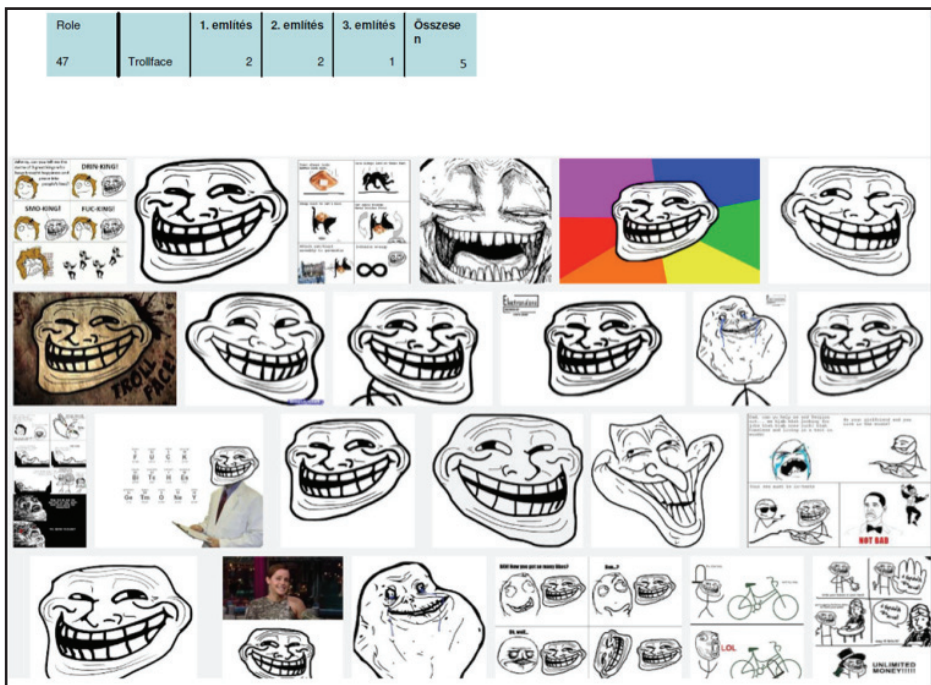
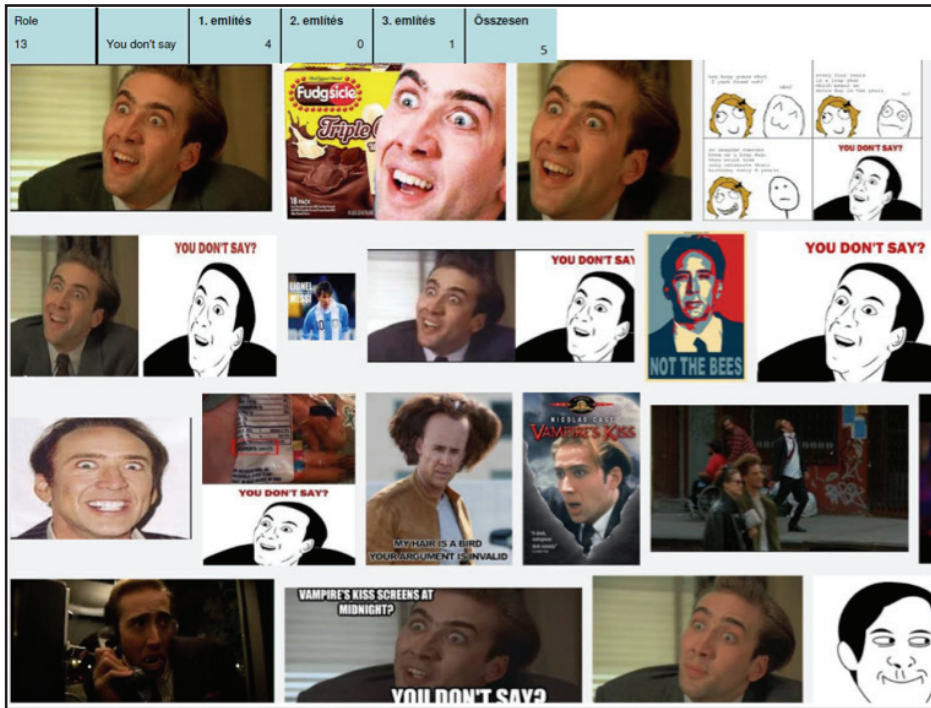


Role		1. emítés	2. emítés	3. emítés	Összesen
10	Bitch Please	5	0	1	6



Role		1. emítés	2. emítés	3. emítés	Összesen
11	Bad Luck Brian	1	3	2	6





Role		1. említés	2. említés	3. említés	Összesen
16	Lazy College Senior	0	1	4	5

