

SAPIENTIA ERDÉLYI MAGYAR TUDOMÁNYEGYETEM
CSÍKSZEREDAI KAR
KOMMUNIKÁCIÓ ÉS PR

SZAKDOLGOZAT

A Hide the pain Harold mémek
vizuális retorikai és szemiotikai elemzése

Témavezető:
Dr. Hubbes László Attila,
egyetemi adjunktus

Hallgató:
Demény Norbert - Lajos

Csíkszereda

2021

UNIVERSITATEA SAPIENTIA CLUJ-NAPOCA
FACULTATEA DE ȘTIINȚE ECONOMICE, SOCIO-UMANE ȘI
INGINEREȘTI MIERCUREA CIUC
COMUNICARE ȘI RELAȚII PUBLICE

LUCRARE DE LICENȚĂ
Analiza semiotică și retorică vizuală
a memelor Hide the pain Harold

Coordonator:
Hubbes László Attila,
Lect. Univ. Dr.

Absolvent:
Demény Norbert - Lajos

Miercurea Ciuc
2021

Tartalomjegyzék

Absztrakt.....	2
Abstract	3
Extract	4
Bevezető	5
Szakirodalmi áttekintés	8
Általános memetika.....	8
Média memetika:.....	13
Kulcsfogalmak	20
Módszertan	27
Kutatási előzmények	29
Alkalmazott kvalitatív módszer	30
Hide the Pain Harold mém	33
A Hide the pain Harold mémek elemzése	38
Kutatási eredményeim ismertetése.....	57
Összefoglaló	58
Bibliográfia.....	60
Mellékletek	63

Absztrakt

Államvizsga dolgozatom témája a *Hide the pain Harold* mém vizuális retorikai és szemiotikai elemzéseként határozható meg, továbbá a dolgozatom első, elméleti részében meg vannak határozva az elemzéshez és a téma megértéséhez szükséges kulcsfogalmak.

A munkám során a következő kérdésekre kerestem a választ:

- Elemezhető-e a *Hide the pain Harold* mém a memetikai tudósok által meghatározott szempontok szerint?
- Mennyire részletes elemzést lehet készíteni a mémről?
- Hány meghatározott mémkategóriába és műfajba illeszthető bele az általam kiválasztott mém?
- Kicsoda az a személy, akinek az arca a mémem szerepel?
- Mi az élettörténete?
- Hogyan alakult mémmé a személye?
- Mi a véleménye a mémmé válásáról?

Munkámban kutatási módszerként a kvalitatív tartalomelemzés módszerét alkalmaztam, a vizsgált mintát 2020 novembere és 2021 áprilisa között gyűjtöttem össze a magyar, illetve angol nyelvű Facebook, Instagram, Reddit oldalakról, illetve a Google keresőmotorban fellelhető, *Hide the pain Harold*-al kapcsolatos weboldalakról, összesen százhusz darabot. Mintavételi módszerként a célirányos kiválasztás módszerét alkalmaztam, hogy a témák és műfajok szerinti osztályozás alapján megalkotott kategóriákból elemzendő mémeket válasszak ki. Arra a konklúzióra jutottam, hogy a *Hide the pain Harold* mém elemezhető a memetikai tudósok által meghatározott szempontok szerint, beilleszthető a szintén memetikai tudósok által meghatározott mémműfajok és mémkategóriák döntő többségébe, továbbá egy összetett, de mégis könnyen elemezhető mém.

Abstract

Subiectul lucrării mele de licență este analiza semiotică și retorică vizuală a memelor *Hide the pain Harold*. În continuare, în prima parte, cea teoretică, sunt definite noțiunile fundamentale necesare înțelegerii și analizei subiectului.

Pe parcursul lucrării mele am căutat răspunsuri la întrebările:

- Meme-ul *Hide the pain Harold* poate fi studiat conform criteriilor stabilite de către experții în domeniul analizei memetice?
- Cât de detaliată poate fi analiza respectivă?
- În câte categorii memetice definite poate fi încadrat meme-ul specificat?
- Cine este persoana care este înfățișată pe meme?
- Care este povestea de viață a omului?
- Cum s-a trasformat în meme?
- Care este opinia persoanei respective despre devenirea în meme?

În lucrarea mea, ca și modalitate de cercetare, am folosit metoda analizei calitative a conținutului, exeplesle analizate au fost colectate în perioada noiembrie 2020 – aprilie 2021, de pe rețelele de socializare Facebook, Instagram și Reddit, precum și motorul de căutare Google, în totalitate adunând 120 de imagini. La selectarea exemplurilor analizate m-am axat pe acele meme-uri care puteau fi categorisite după criteriile de subiect. Am ajuns la concluzia că meme-ul *Hide the pain Harold* poate fi analizat după criteriile analizei memetice, că poate fi încadrat în cele mai multe grupuri definite și că este un tip de meme complex însă, relativ ușor analizabil.

Extract

The subject of my licence paper is the Hide the pain Harold meme semiotic and visual rethoric analysis. In the first part of my work there are defined the keywords which are necessary to understand the topic and for completing the analysis.

During my paper I was searching the answers to the following questions:

- Can the meme be analysed according to the aspects established by memetical scientists?
- How datailed the analysis can be?
- How many specifical meme categories and genres can the meme I choose fit into?
- Who is the person whose face is behind the meme?
- What's his life story?
- How he became a meme?
- What does he think about his turning into a meme?

In my work I used the method of qualitative content analysis as a research method, I collected the examined sample between November 2020 and April 2021 from the Hungarian and English Facebook, Instagram, Reddit pages and Hide the pain Haroldal related websites in the Google search engine, a total of one hundred and twenty pieces. As a sampling method, I used targeted selection for the memes to be analyzed from the categories created on the basis of the classification according to themes and genres. I have come to the conclusion that the Hide the pain Harold meme can be analyzed according to the criteria defined by memetic scientists, inserted into the vast majority of meme genres and meme categories also defined by memetic scientists, and is a complex yet easy meme to analyze.

Bevezető

Államvizsga dolgozatomat a különböző online platformok és médiumok jeltani tartalmának, illetve a komplex mémeknek az elemzéséből írtam meg. Kutatásom fő kiválasztott mémje, amit memetikailag szeretnék elemezni, az nem más, mint a *Hide the pain Harold* mém.

Azért választottam ezt a témát a munkámhoz, mert amióta lehetőségem adódott az internet használatára tagja voltam különböző platformoknak, ahol emberekkel tudtam beszélgetni, így a hosszú ideje figyelemmel követtem az emberek természetének fejlődését, a közösségi platformok átalakulását és az emberek közti kommunikációt. A mémek világába több évtizede csöppentem bele, amikor még gyerekcipőben járt a mai elterjedtségéhez képest. Már akkor láttam, hogy ennek a kommunikációs formának csak a képzelet szab határt, hiszen bármit, bárhogy is ábrázolhatunk, a kreativitásunkon és a tudásunkon múlhat csak, hogy mit vagyunk képesek megfogalmazni vagy létrehozni. Én is felismertem a mémekben rejlő felfoghatatlan lehetőséget és megtetszett nekem ez a műfaj. Széles körben felhasználhatóak bármire, akár reklámozásra, hírnévszerzésre és nem utolsósorban gyűlöletkeltésre is. Természetesen az elsőként említett okok miatt szerettem volna én magam is megismerni a mémeket, kialakulásukat, fejlődésüket. Úgy gondolom, hogy ezúton még inkább tisztelni fogom a vizuális kommunikáció ezen formáját, a megszerzett tudásomat pedig dolgozatom révén át tudom adni a későbbi olvasóknak is, azon személyek számára, akik hozzám hasonlóan érdeklődnek a téma iránt vagy akik szeretnék megismerni a mémek világának részleteit vagy akik csak a *Hide the pain Harold* mém iránt érdeklődnek. Dolgozatom ilyen téren egy hasznos, tartalmas és információdús munka, amit bárki fel tud használni.

Dolgozatomban szeretném megtudni, hogy hogyan alakult ki a mém fogalma, hogyan került át az internet világába és, hogy az interneten hogyan fejlődött és jutott el a napjainkban található szintre? Szeretném azt is megtudni, hogy a különböző memetikai tudósok által meghatározott elemzési kategóriákba bele illik-e a *Hide the pain Harold* mém, ha esetleg nem, akkor mennyire elemezhető ez a mém a vizuális retorika szempontjai szerint? Továbbá szintén megismerném a dolgozatom fénypontjában tartózkodó, valós személy alakját. Ő ki is a való életben, hogyan él, illetve hogyan lett mém belőle? Hogyan éli az életét abban a tudatban, hogy az internet ismeri őt és, hogy hogyan kapta a *Hide the pain Harold* nevet?

Feltehetőleg a dolgozatomban elemzett mém, a *Hide the pain Harold* meg fog felelni a memetikai tudósok által meghatározott kritériumok nagy részének, de nem az összesnek. Mert úgy vélem, hogy ezt a feladatot egyetlen mém sem tudja teljesíteni, mert a mémek egy adott véleményt, reakciót vagy egyéb információt közölnek és ez is a feladatuk, nem az, hogy

különböző, keretek közé szorító szabályozásnak megfeleljenek. Ezen állításomat alátámasztom a dolgozatom elméleti részében.

Kutatásom során összegyűjtöttem százhusz mémet *Hide the pain Harold*-ról, amelyekhez majd az empirikus részben elemzési kommentárt fűzök, megnevezem, hogy milyen kategóriába tartoznak az összegyűjtött mémek, a memetikával foglalkozó tudósok meghatározásai alapján. A mémeket az erre a célra alkalmas közösségi oldalakról gyűjtöttem össze, ahol mémeket tesznek közzé a felhasználók. Ezen platformok közé tartozik a *Facebook*, a *Reddit* és az *Instagram*. Nem utolsó sorban a *Google* keresőmotor képkereső funkcióját is alkalmaztam, hogy esetlegesen más weboldalakon megtalálható mémeket is össze tudjam gyűjteni. A *Reddit* aktív felhasználója vagyok hosszú idő óta, így ismerem a platform sajátosságait, de a *Facebook* platformján vagyok jelen a legrégebb óta, mert az erre a közösségi oldalra még akkor regisztráltam fel, amikor az emberi kommunikációs szokásokat figyeltem meg, tehát az internetes mémek megismerése előtt jó idővel, több, mint egy évtizede. Ezen a platformon kutatási célból bekövettem a *Hide the pain Harold* mémekről szóló oldalt és figyelemmel kísértem a kutatás pontossága és új mémek összegyűjtése érdekében. Az innen kiválasztott mémeket egy mappában, kategorizálva tároltam, majd pedig ebből a kategóriákból választottam ki a számomra példaként alkalmas mémeket.

A szakirodalmakat az internetről gyűjtöttem be, mert újkeletű témát dolgoztam fel, emiatt azt gondoltam, hogy az interneten találhatóak azok a szakirodalmi cikkek, tanulmányok és vélemények, amelyek a témához illenek. Kutató munkámhoz felhasználtam a *Google Scholar*, a *Research Gate*, az *Academia.edu* és az *Apertura* adatbázisát is. Az innen kiválasztott szakirodalmi anyagokat szintén egy mappába gyűjtöttem, majd később elolvastam és kijegyzeteltem belőlük a számomra fontos információkat, hogy a dolgozatom elméleti részének a megírásakor könnyebben tudjam felhasználni ezeket a részleteket. A jegyzeteim idézeteket, meghatározásokat, osztályozásokat és véleményeket is tartalmazott, úgy, hogy majdnem elméleti résznek is megfelelt volna, mert amit oda beírtam lehvivatkoztam, hogy a legkisebb valószínűséget se adjam meg a hibára.

Dolgozatom elméleti fejezetében kitérek az általános mémelmélet mellett az internetes mém fogalmára, de a dolgozatom alappilléret képző fogalmak meghatározására is. Ezek után megnevezem azon kutatók munkáit és meghatározásait, amelyek alapján végre lehet hajtani a mémek kategorizálását és elemzését. Mindegyik kategóriát a későbbiekben példákkal szemléltetek említék, hogy a kategória megértése és más mémek kategorizálása ezen dolgozat alapján könnyebb legyen.

Nem utolsó sorban pedig elengedhetetlenül fontos kutatómunkát végeztem annak érdekében, hogy készült-e már az én kiválasztott témámmal szakdolgozat vagy kutatómunka, a *Hide the pain Harold* mémmel kapcsolatban. Kutatásom végén megállapítottam, hogy nem készült erről az előbb említett mémről kutatómunka, így elsőként ér a megtiszteltetés, hogy ezt a mémelemzési feladatot elvégezzem.

Szakirodalmi áttekintés

Dolgozatom kutatási eredményei előtt szükségesnek érzem felvezetni és bemutatni az elemzett témának az elméleti alapjait, így biztos alapokra építeni rá a munkám elméletét. Elsősorban szeretnék beszélni a mém fogalmának keletkezéséről, mert ez a fogalom a dolgozatom alappillére. A kutatómunkám során rengeteg értékes szakanyagot találtam a mémmel kapcsolatban, ami nagyon jó hír, hiszen a bő szakirodalom lehetőséget ad a válogatásra és a fontossági sorrend felállítására is, így az értékesebb információkat előbbre tudom venni az elméleti részben. Első sorban ismerkedjünk meg az általános memetikával:

Általános memetika

A mém fogalma legelőször 1976-ban lett megemlítve, amikor Richard Dawkins megírta *Az önző gén* (The selfish gene) című könyvét. Az írásának utolsó fejezetében a mém nevének eredetét is leírja, illetve meghatározza a mémek általános jellemzőit is. Az oxfordi darwinista biológus-etológus professzor így fogalmaz: "A 'miméma' szónak tetszetős görög származása van, remélem klasszikus műveltségű barátaim megbocsátanak nekem, ha a mimémát 'mémre' rövidítem. A 'memória' szóval vagy a francia 'mème' (ugyanaz) szóval rokon. A mém lehet egy dallam, egy gondolat, egy jelszó, ruhadivat, edények készítésének vagy boltívek építésének a módja." (Dawkins 1986: 240-241. in Pölcz 2016). Richard Dawkinsal egyetértve tehát a mém lehet egy egyszerű mindennapi tevékenység, szokás, de akár építészeti stílus is. A professzor utalást tett a memóriára, ami nem véletlenül történt, mert *Mnémoszüné* a görög kultúrában a memória istennője, az élet és a kreativitás szimbóluma, a mindent tudó és mindenre emlékező titanisz. A titaniszok a görög mitológiában *Gaia* és *Uranosz* első tizenkét gyermeke, az istenek második nemzedéke. A lipcsei író, Richard Semon evolúció kutató és memóriakutató a *Die Mneme* könyvében használta először a 'Mneme' szavat, amelyet a görög istennő nevéből alkotott. Tehát az író a görög istennőhöz hasonlítja a mémeket, így annak tulajdonságai átruházhatóak a mémekre is. A mémek így kreatívak, javítják a memóriát, az emlékezetet és a tudást. Ezt nem is szükséges megkérdőjelezni, hiszen a mai időkben a mémfogyasztók képesek felismerni egy mémet csak kép, csak szöveg vagy csak a hang alapján. John Laurent a mém és a Mneme fogalmak párhuzamairól szóló tanulmányában megjegyzi, hogy Dawkins saját bevallása szerint nem ismerte a Mneme fogalmát (Laurent 1999 in Pölcz 2016).

Baliga Béla egy tanulmányában két fő mémtípust különít el: a klasszikus és a modern mémeket. Klasszikusnak a Dawkins elméletéhez kapcsolódó mémeket tekinti, modernnek pedig

a digitális, képi háttérrel és szöveggel rendelkező mémeket tekinti. Szerinte a mai világban egyre több olyan felület jön létre, amely kedvez a mémek születésének, ilyen felületre példa az internet. A kutató a tanulmányában beazonosít néhány kulcsfogalmat Dawkins megfogalmazásából, melyeket elemezni kezd. Ezek a kulcsfogalmak: a replikátor, a kulturális átadás egysége, az utánzás és az imitáció egysége. A replikátort egy másolatként értelmezi, amely képes nagy pontossággal és hatékonysággal lemásolnia önmagát. A kulturális átadás egysége szerint a másolás okát jelöli, ezzel a replikátor másolódása nem céltalan, feladata nem más, mint a tovább örökítés. Az imitáció egysége a replikálódás mértékét világítja meg, azt a módszert, amellyel a mém képes tovább élni. „A mém lemásol és eltárol bizonyos kulturális információkat, majd (többé kevésbé pontosan) továbbítja, örökíti, vagyis átadja azokat (az én értelmezésem szerint a következő másolatnak), teszi mindezt az utánzás módszerével.” (Baliga 2019). Baliga értelmezése szerint bármilyen aspektus lehet mém, amely megfelel a következő kritériumoknak: legyen hosszú életű, gyorsan tudjon másolódni és meglehetősen pontos másolatok jöjjenek létre belőle. Úgy vélekedik, hogy a rengeteg mémforrás mellett fellelhetők olyanok is, amelyekre nem is gondolnánk, mint például a kézfogás, a divat vagy a reklámok.

A mentalista megközelítés szerint a mémek az elmében létező információs egységek. „Nem olyan egyszerű fogalmakról van szó, mint a „vörös”, a „kerek” vagy a „hideg”, hanem összetett rendszerekről, mint például az „ábécé”, a „sakk” vagy az „impresszionizmus”” (Shifman 2016). Ezzel ellentétben a viselkedés vezérelt memetika termékeknek tekinti a mémeket, nem pedig fogalmaknak, eszerint a mémet nem lehet elválasztani a hordozójától, mert a mém nem bír önálló léttel, de ha létezhetne is absztrakt információként a mém, nem lehetne elkülöníteni ezt a formát a külvilágban tapasztalható megnyilvánulásaitól.

A *hódító gén*-ben (*The Extended Phenotype*), 1982-ben, Dawkins bevezet újabb definíciót a mémre, amely szerint a mém olyan egység, amely agyban eltárolt információt hordoz. A mémelmélet legnagyobb újításának talán az tekinthető, hogy a replikátornak önálló, hatékony cselekvésre való képességet tulajdonított. Ez a radikális elképzelés az, ami alapján egyes szerzők magát a memetikát is mémnek tekintik (Costal 2015 in Pölcz 2016).

A (kulturális) memetikai kutatások a 1990-es években terjedtek el, amikor több is több gén-mém analógiára épülő tudományos jellegű monográfia jelent meg. Fontos megemlítenem néhány szerzőt ebből az időszakból, mint például Susan Blackmore és Richard Brodie nevét, akik a századforduló környékén nagy népszerűségnek örvendtek, populáris jellegű memetikai ismeretterjesztői munkáikkal. Susan Blackmore 2001-ben írta meg *A mémgépezet* című könyvét, amelyben a mém fogalmát próbálja meghatározni, Richard Brodie pedig 1996-ban írta meg a bestseller könyvét, *Az elme vírusát* (*Virus of the mind*). 1997 és 2005 között létezett

egy kiadvány, amelyben az irányzathoz tartozó kutatók írásai jelentek meg, ez volt a *Jurnal of Memetics: Evolutionary Models of Information Transmission*.

A memről számos ellentétes álláspont alakult ki a memetikusok között, de azok a kutatók, akik egyetértettek Dawkins meghatározásával, megegyeztek abban, hogy a mém egy kulturális tartalom, amely, akár csak a gének, mutálódik, szelektálódik és terjed, továbbító közeget keres vagy teremt magának a reprodukálódás érdekében. Ilyen továbbító közeg lehet például az emberi elme, amely képes az információk befogadására, szelektálására és továbbítására, vagy szintén ilyen közeg lehet a telekommunikáció is. A telekommunikációban az evolúciós képességek még tisztább formában érvényesülnek és ezáltal a kódok még hatékonyabban tudnak terjedni. Emellett a mémek képesek egymással is interakcióba lépni, így csoportokat alkotva tudnak terjedni és mutálódni. Például Douglas Adams emlékének dedikált *God Delusion* című munkában Dawkins részletesen elemzi, hogy a vallás mennyiben meríti ki a mémplex fogalmát (Dawkins 2006b: 196-201. in Pölcz 2016). Mémplexnek nevezik az a jelenséget, amikor a mémek kapcsolódásával keletkeznek alcsoportok és konglomerátumok.

Mivel nem sikerült a mém fogalmát kielégítő igénnyel definiálni, ezért a mém tulajdonságaira épülő elméletek megalapozottságába vetett hit is megingott (Hull 2000 in Pölcz 2016). A következőkben megemlítek néhány mémelmélet kritikustól származó véleményt, így megemlítve a dawkinsi elméletről alkotott véleményüket és megfogalmazott kritikájukat. Dan Sperber francia társadalmi és kognitív tudós úgy fogalmazott, hogy feltételezhető, hogy a kultúra a reprodukciós folyamatok terméke, de mégsem azonos a mechanikus másolással, hanem az utánpótlások és eltérések komplex rendszeréből áll. A mém így csak leegyszerűsítés, amely kevés magyarázó erővel bír (Sperber 2000 in Pölcz 2016). Adam Kuper brit antropológus Dan Sperber véleményével értett egyet és úgy vélekedett, hogy Dawkins és az ő követői „szimpatikus mágiát” gyakorolnak, amikor a kulturális folyamatokat elkülönítik a kontextustól és izolált élőlényeknek tekintik, fennmaradásukat pedig az elfogadott terjedésemléletek helyett mikrobiológiai metaforákkal helyettesítik, a kultúra fogalmának kortárs definícióit nem is alkalmazzák, de nem is ismerik (Kuper 2000 in Pölcz 2016). Maurice Bloch brit antropológus szerint feltételezhető a mémek vagy mémként terjedő információs egységek létezése, de azok értelmezése csak a kontextus és a gyakorlati funkciók ismeretében lehetséges. Szerinte a memetika kevés figyelmet fordít arra a tágabb közegre, amelyben a mém terjed, nem vizsgálja a befogadó kultúrát, illetve a közvetítő médiumok és hordozók műfaji sajátosságait, melyek bizonyos esetekben a terjedés egyik legfontosabb kiváltó okai lehetnek (Bloch 2000 in Pölcz 2016). Kalevi Kull észt bioszemiotika professzornak sem különböző a

véleménye az előbb idézett tudósokétól, ő azt állítja, hogy a mém a jel fogalmának egy gyökeresen leegyszerűsített változata, amelyben a kutató figyelem egyetlen kedvező lehetőségével, a terjedéssel van elfoglalva (Kull 2000 in Pölcz 2016). Mary Midgley a *The Solitary Self* című könyvében úgy fogalmaz, hogy a genetikai analógia egy tudományos metafora, amely csökkenti a memetikai jelenségek bonyolultságát. Redukcionista modellezés helyett inkább a jelenségcsoport vizsgálatára és elemzésére lenne szükség. James W. Polichak a *Mémek mint áltudomány* (Mememes as Pseudoscience) című tanulmányában négy kategóriába sorolja kifogásait:

- 1) a memetika nem rendelkezik kielégítő mémdefinícióval és elfogadható példával,
- 2) a memetikának nem sikerült bebizonyítania, hogy a mémek fogalma fontos a kultúra megértéséhez,
- 3) a memetika figyelmen kívül hagyja a társadalomtudományok fogalmait és adatfeldolgozási módszereit, ezáltal modelljei pontatlanok,
- 4) a memetika csak pontatlan és redundáns érveket tudott felmutatni arra nézve, hogy milyen magyarázó erővel bír a mémek létezésének feltételezése (Polichak 2002: 664-665. In Pölcz 2016).

Az előbb felsorolt vélemények és kritikák alapján az a következtetés vonható le, hogy a dawkinsi memetikai szakirodalom eredményei mindenképpen jelentősek, mert a kulturális terjedélméletek hiányosságaira derítettek fényt, de ezt a jelenségcsoportot nem a neodarwinista-evolucionista memetika szempontjából érdemes vizsgálni, hanem a kultúratudományok szempontjából. A memetika módszertanához köthető kutatói irányzatok a kritikák hatására a 2000-es évek elejére elvesztette lendületét és pártolóinak szimpátiáját. Emiatt a kultúrakutatásban a memetika nem szerepel a tudományos szaklapok címlapján, de a nemzetközi egyetemi közegekben is elvesztette támogatóit, szakperiodikájának kiadása pedig szünetel (Pölcz 2016).

Limor Shifman világszinten az egyik legismertebb, internetes mémek kutatásával foglalkozó kutató. A *Mémek a digitális kultúrában* (Mememes in Digital Culture) című könyvének negyedik fejezetében, a mémeket nem önálló információs egységként, hanem mint tartalmi egységekből álló csoportokként határozza meg. Ezen írásában fogalmazza meg Shifman, hogy az utánzás az alapja a mémek tartalmi és formai jellegzetességeinek. A mémek Shifman szerint a nyilvános diskurzus részei, valamint tartalmi és formai szempontból közös tulajdonságokkal rendelkeznek. Az egyik ilyen tulajdonság a humor: a szöveges vagy audio-vizuális mémeket gyakran viccesek, nevetésre ösztönözik a fogyasztót, ironikus tartalom és forma jellemzi őket. Hasznos elkülöníteni a kulturális tartalmak három dimenzióját: a tartalmat, a formát és az

álláspontot. Az első dimenzió elsősorban egy adott szöveg tartalmára vonatkozik és az általa felhasznált gondolatokat képviseli. A második dimenzió *a* formával kapcsolatos, ez az érzékszerveinkkel fogható fizikális megjelenése az üzenetnek. A harmadik dimenzió az álláspont, ami a tartalomhoz és a formához hasonlóan magában hordozza a memetikusság lehetőségét. A szöveg újra felhasználásakor a felhasználók eldönthetik, hogy utánóznak-e egy számukra vonzó megközelítést vagy egy teljesen másfajta diszkurzív módszert használnak. A szövegben az álláspont fogalmát a diszkurzusanalízis és a médiatudomány területéről kölcsönzött fogalmak segítségével további három alcsoportra lehet bontani. Az első alcsoportot a részvételi struktúrák képezik, amelyek körülírják, hogy ki és hogyan jogosult részt venni a diskurzusban. A második alcsoportot a regiszter kategóriába sorolt tulajdonságok alkotják. A harmadik pedig a kommunikációs funkciók. Hasznos lehet, ha Dawkins elméletét ellentétesen értelmezve, tartalmi egységek csoportjainak tekinteni a mémeket. Ezen elv szerint az alábbi módon lehet definiálni az internetes mémeket:

- digitális tartalmak olyan csoportja, amelyek tartalmilag, formailag és / vagy álláspontjukat tekintve közös jellegzetességekkel bírnak,
- létrehozójuk tisztában van más hasonló tartalmak létezésével, továbbá
- nagy számú felhasználó az interneten terjeszti, utánózza és / vagy módosítja őket. (Pölcz 2016)

Glózer Rita *A mémelmélet helye az új média kutatásában* című írásában Limor Shifman mémdefinícióját veti össze a kortárs etnográfia és a részvételi kultúra fogalmára épülő megközelítésekkel. Példákkal mutatja be, hogy ezek az elméletek milyen különböző szempontokat érvényesíthetnek, illetve, hogy hogyan tudják kiegészíteni egymást. Kiemeli, hogy a mémelméletek médiatechnológiai fókuszát érdemes ellensúlyozni a vizsgált tartalom kulturális logikáinak és politikájának feltárásával. Glózer megközelítése az online etnográfia kulturális közelítésmódjának szemszögéből tekint a mém definíciójára (Shifman 2014, in Pölcz 2016).

Bradley E. Wiggins és G. Bret Bowers *A mémek mint műfaj: a strukturációelmélet alkalmazása a mémelemzés folyamatában* című munkájukban Anthony Giddens strukturációelméletére alapozva különböztetik meg az internetes mémek kialakulásának három fázisát, illetve végig követik, amint a mém létre jön. Ez a folyamat a társadalom szereplőinek és szerkezetének duális struktúrájával van modellezve. A szerzőpáros elmélete nagymértékben hozzájárul ahhoz, hogy az internetes mémeket, mint műfajt lehessen meghatározni és ezáltal kulcsfontosságú lépés egy sokrétű és dinamikus kulturális definíció irányába (Wiggins és Bowers 2014, in Pölcz 2016).

Média memetika:

Egy új jelenséget nehéz meghatározni a kutatóknak, mert hiányoznak az alapfogalmak és a magyarázó elméletek, amelyekkel be lehetne vezetni az új fogalmat a tudomány addigi rendszerébe. A mém meghatározásával is hasonló a helyzet, nehezen fogalmazható meg a fogalma a tudományos közösség számára, ám Limor Shifman erre mégis kísérletet tett. Az izraeli kutató, a mém fogalmát megalkotó, Richard Dawkins mémelméletének újra értelmezésével határozza meg az internetes mémeket és ezeknek keletkezési folyamatát. Ezen gyakorlat nem egyszerű, mert Dawkins a biológiai megközelítést alkalmazza *Az önző gén* című könyvében, de a memetika fogalmát a társadalmi tudományterületen kellene meghonosítani. A mémelméletet az etnográfiaival és a *cultural studies*-al kapcsolódik össze, sok szálon, ez utóbbi fogalomnak a magyar megfelelője a kritikai kultúrakutatás, amely Vörös Miklós és Nagy Zsolt tudományos munkáinak köszönhetően terjedt el. „A Cultural Studies, melynek magyar változatául a kritikai kultúrakutatás elnevezést javasoljuk, egyike azoknak az újonnan megjelenő interdiszciplináris diszciplínáknak, melyek a hagyományos tanszéki felosztások és kutatástámogatási struktúrák újragondolására készítetnek.” (Vörös – Nagy 1994).

A mém fogalma az előző fejezetben említett hanyatlás ellenére mégsem tűnt el a közéletből, mert a mém és a memetikai kifejezések átkerültek a köznyelvbe. Létrejöttek az internetes közösségi médiafelületek, a memetikai kifejezéseket pedig az ezen felületek felhasználói által létrehozott, módosított és terjesztett, gyorsan terjedő tartalmak jelölésére és az ezzel foglalkozó elméleti szakirodalom megnevezésére kezdték el használni. Így a kulturális-evolucionista memetika ugyan hanyatlott, de ezzel a hanyatlással párhuzamosan egy olyan jelenségcsoport vált egyre láthatóbbá és fontosabbá, amely a dawkinsi elmélet tulajdonságainak bizonyos elemeit használta egy vizuális kommunikációs műfaj leírására, érdeklődés nélkül a terminológiai háttérre vagy az evolúcióbiológiai vonatkozásra. Így a ‘mém’ fogalma összeolvadt az ‘internetes mém’ fogalmával, a köznyelvben pedig egyenértékű és felcserélhető kifejezéseként tekintenek rá az emberek (Pölcz 2016).

A digitális mémeknek keletkezési, osztódási és terjedési felülete az internet. Emiatt a mémek most már több, fontosabb téren is jelen vannak, mint például a demokratikus államokban, ahol a mémek szerepe hangsúlyosabb, mint a nem demokratikus államokban. A mémek így a világlátásnak és a véleménykinyilvánításnak az eszközei lettek. A digitális mémek vizsgálata nagyrészt Richard Dawkins elmélete szerint zajlik, mi szerint a mémek kis kulturális egységek, melyeket a személyek átalakítva továbbítanak. Limor Shifman ezt az elméletet átültette az újmédia viszonya közé és a mémeket a digitális tartalom közös jellemzőkkel bíró egységeiként nevezte meg, melyek egymásra utalva keletkeznek és

terjengenek. Erre nagyszerű példa a 2012-ben közzétett zeneszám, a Gangnam Style, amelyet milliárdok néztek meg és rengeteg egyedi feldolgozás készült, amelyben a kliphez hasonlóan megmutatták a készítőik a saját Style-ukat. Shifman szerint a mémek egy digitális diskurzus részei, de jellemzőkkel is gyarapítja a mémek fogalmát, mint például a humor. Ez a jellemzőjük is azt mutatja, hogy az utánzás a reprodukciójuk fontos alapanyaga. A népszerű mémsémák gyakran egy társadalmi vagy kulturális logikára reflektálnak újszerű és érdekes módszerekkel. Például a katasztrófa mémek és a magyar YouTube-on őshonosnak számító *Szalacsi-videók*. Shifman továbbá úgy véli, hogy a mémkészítés mindenki számára elérhető, egy hovatarozás élményét nyújtó tevékenység, ezáltal fontos folyamat a mai, széteső, világban. Az izraeli mémelmélet kutató egy Henry Jenkinsnek adott 2014-es interjújában úgy fogalmaz, hogy nem általánosan akarja újra meghatározni a mém fogalmát, hanem a digitális kommunikációra szeretne kidolgozni az internetes mémek új értelmezését (Jenkins 2014 in Glózer 2016). A mém fogalma a digitális korban megváltozott, most már nem a Dawkins által meghatározott egyedülálló tartalmi egységeket, hanem ezen egységeknek a csoportjait jelenti. Szintén a Henry Jackinsnek adott interjújában Shifman úgy fogalmaz, hogy: „A kortárs részvételi kultúrában tapasztalható jelenségek a memetikus modellhez hasonló felépítésűek, hiszen ma a közösségi oldalak jóvoltából az egyének saját szociális hálójukon, kapcsolatrendszerükön keresztül terítik, szórják szét ezeket a tartalmakat, így azok rövid idő alatt tömegekhez juthatnak el” (Jenkins 2014 in Glózer 2016). Ebben az új közegben ismét a nem megszokott kommunikációs módon terjednek a tartalmak, hanem egy egységes médiakörnyezetben, szabadon a mémek és a médiumok között. Shifman több írásában is úgy fogalmaz, hogy “a mém fogalma azáltal segíthet megérteni a digitális kultúrát, hogy egyfajta prizmaként láthatóvá teszi annak fontos aspektusait” (Shifman 2013: 363 in Glózer 2016) illetve “a mémek cirkulációjában döntő szerepet játszó másolás és imitáció technikái a részvételi kultúra fontos pillérei” (Shifman 2014b: 23 in Glózer 2016). Shifman így bemutatja hogyan másolódik le a tartalom, illetve mivel a digitális média lehetőségei ellenére is a felhasználók a saját elképzelésük szerint alakítják a tartalmat, vizsgálatra érdemessé válik ez a folyamat. Úgy gondolja, hogy a mémek a posztmodern folklór megjelenési formái, melyek segítségével értékek és normák öltönek testet kulturális tárgyként, mint például ‘photoshopok’ vagy ‘városi legendák’ formájában. Ennek ellenére az így keletkezett tartalmakat a laikusok nem értékelik, sőt lenézik. Szerinte fontos felszámolni a szakadékot az akadémiai beszédmód és a populáris tartalmak iránt tanúsított szemléletmód között, mert a kutatóknak a felhasználókat kellene követniük.

A 21. század második évtizedének közepére az internetes mémek nem csak az új média, de a fejlett gazdaságok médiafolyamait is meghódították. Identitásformáló, politikai

érdekérvényesítő és társadalmi üzenetközvetítő funkciókat látnak el. Erre nagyszerű példa a 2016-os őszi amerikai elnökválasztási kampány. Az ezt követő médiamanipulációval kapcsolatos vita is rámutat, hogy ezen jelenség nem idegen dolog. Az internetes mémek nem csak a napi szintű médiafogyasztásnak váltak központi elemévé, de úgy tűnik, hogy a legfőbb döntéshozási mechanizmusok egyensúlyát is képesek bizonyos mértékben befolyásolni.

A hagyományos folklórkutatás az ismeretlen szerzőktől származó mesék, dalok, viccek, imák és egyéb szájhagyomány útján terjedő történetek dokumentálásával foglalkozott. Később a szavakat a kézírás, majd a másolás és nyomtatás, az újkorban a mobilkommunikáció váltotta fel, napjainkban pedig az interneten zajlanak az ilyen tartalmak terjedési folyamatai. Azonban a hagyomány, mint fogalom újra értelmezése nehézséget okozott a kutatóknak, mert módszertanilag nehéz volt adatot gyűjteni, a szokásos etnográfiai módszertan határait meghatározni és az új kutatási dilemmák is nehézséget okoztak. A népi kultúra digitális változatát sok esetben amatőr, intézményfüggetlen, laikus médiaszövegekként és médiabéli részvételi formákként határozták meg. Később kiderült, hogy minden folklorista témának megvan a digitális változata, emiatt ezeket a digitális formákat kezdték el vizsgálni a kutatók. Ilyen vizsgálatot végzett Marjorie D. Kibby 1999 és 2001 között, amikor hetven lánclevelet vizsgált meg. A vizsgálatának az eredménye azt mutatta, hogy a lánclevelek tovább viszik a hagyományokat, akár terjedés, akár funkció alapján. Ezek a lánclevelek gyakran petíciókat, pletykákat, hoaxokat tartalmaztak és a legtöbb esetben az olvasójuk, a levél szövegének eleget téve tovább küldte azt, így folyamatos lett a keringése. Továbbá jellemző ezekre a lánclevelekre, hogy egy idő után megszűnik a terjedésük és eltűnnek az internetről, majd egy idő után, kissé átalakulva ismét terjedni kezdenek és válnak felkapottá. Hasonló példa az átalakult folklórhagyományra a városi legendák, melyek a közösségi médiában kínálják az izgalom élményét. Egyesek egy tanulságos népmeséhez hasonlítják ezeket a történeteket, mások úgy gondolják, hogy a mindennapi, békés élet felszíne alatt lévő furcsa jelenségekre utalnak. Jan Fernback egy 2003-as, városi legendákról szóló tanulmányában úgy fogalmaz, hogy: „A városi legendák lényegében a kaotikus társadalmi viszonyokra adnak rituális válaszokat oly módon, hogy közben a társadalomban jelen lévő szorongást és szubkulturális töredezettséget igyekeznek csökkenteni” (Fernback 2003 in Glózer 2016).

Amerikai etnográfusok már a '60-as években megfigyelték, hogy nagyobb baleseteket, botrányokat és katasztrófákat követő napokban a megjelennek a médiabeszámolókat kigúnyoló viccek. Ilyen események voltak a Challenger katasztrófája vagy éppen a World Trade Center ellen elkövetett merénylet is. Ezen utóbbi esemény talán a legtokéletebb példa ezen fogalom szemléltetésére, hiszen erről az eseményről jelentek meg leginkább vizuális anyagok, amelyek

az internetek kezdtek terjedni a katasztrófát követő napokban. Ezek a képek leginkább saját szerkesztésű összeállítások voltak, melyek már létező képek átalakításával jöttek létre. Ezen képek elterjedését és keletkezését nagy arányban segítette a képszerkesztő programok elterjedése.

Ray Milner 2012-ben összeállította a mémek tipológiáját, amelyben több csoportra osztotta a képalapú mémeket. Megkülönböztetett szerkesztett és alapképeket, a szerkesztett képeket tovább osztotta még két alkategóriára: az egyedülálló és a rétegzett képekre. Az egyedülálló képek lehetnek szöveggel kiegészített képek, fekete keretes kigúnyoló képek, kép feletti szöveggel ellátott képek, szerkesztett képek vagy csak egyszerű szöveggel ellátott képek. A rétegzett képek ennél bonyolultabbak, származásukból eredően: származhatnak dühös rajzokból, melyek köré történet kerül, vagy csak egyszerűen több kisebb képből állnak össze, kollázst alkotva. Az alapképek lehetnek rajzok, grafikák, mémek, képernyőképek vagy jegyzeteken képek (Bakó – Horváth 2020).

Visszatérve a World Trade Center merényletéről készült paródia képekre fontos megemlítenem egy jellegzetes példát, a 'Tourist Guy'-t. Ez a mém egy férfiről készült, aki éppen az ikertornyok egyikén állt, a mémekben pedig különböző tárgyak lettek rászerezve a fotójára. Ilyen tárgyak voltak a repülő, mely esetében sokak azt hitték, hogy valós kép és emiatt okozott bonyodalmat és csak később lepleződött le a valótlanága, de ilyen tárgyak voltak továbbá a metrókocsik, hőlégballonok vagy éppen filmből származó karakterek is. Szintén a katasztrófa kapcsán lett kigúnyolva a feltételezett elkövető, Osama bin Laden is, akit nőiesítve vagy más hasonló módon gúnyoltak ki a képek készítői. Hasonlóképpen lehet kiparodizálni a televíziós reklámokat, műsorokat, hirdetéseket így keverve a különböző műfajokat. Alan Dundes amerikai folklórkutató már más példánál is úgy vélekedett, hogy: „A humor, irónia, a felszabadító nevetés meghatározó jelentőségű a problémákkal, krízisekkel és katasztrófákkal való megküzdés során.” (Glózer 2016). Glózer Rita kommunikációkutató szerint ez azt jelenti, hogy: „Az ilyen viccek, képek, kollektív mentálhigiénés védekezési mechanizmusok részei, a nevetés, a vicc, a humor a drámai események kellett félelmet fejezik ki, és egyben ezzel a félelemmel igyekszik megbirkózni.” (Glózer 2016). Viszont más kutatók szerint az ilyen humoros tartalmak nem az események miatt jönnek létre, hanem az események médiabeszámolóinak miatt, amelyekre reagálnak. Giseline Kuipers úgy véli, hogy ezek a tartalmak azokat a személyeket is dicsérik, akikre nincsen hatással az adott esemény, illetve megalkot egy illő és egy ízléstelen reakciót. Ezek a tartalmak nem segítik elő a traumával való megbirkózást, inkább a tömegmédiára működésére reagálnak (Kuipers 2002: 452 in Glózer 2016). Russel Frank amerikai újságíró és felklórkutató szerint: „A vicceken és a szerkesztett

képeken keresztül nyilvánosságra kerülnek azok az érzelmek és indulatok, melyek a hírmédiában a maguk túlzott nyerssége miatt nem jelenhettek meg, ezért ezek a tartalmak egyben a mainstream hírmédia visszafogottságával szembeni tiltakozásként, hegemóniája ellen irányuló törekvésként is működnek.” (Frank 2004 in Glózer 2016). Összegzőképpen: a veszélyekre reagáló tartalmak vizsgálata során sok olyan észrevétel keletkezett, melyek szerint ezek a tartalmak a tömegmédiára, a tömegmédia és a közhang viszonyára és az anonim készítő munkájára vonatkoznak. Ezen tartalmak funkciói meghatároztak sok tudományos értelmezést, terjedésük és alakulásuk elemzése pedig a hagyományos és a modern folklór közötti folyamatosságot hangsúlyozta.

Az 1980-as évektől a fogyasztóknak a média működésére adott reakciókat kezdték vizsgálni, mint például Henry Jenkins, aki ilyen kutatást végzett az 1990-es években. Jenkins egy akkori népszerű sorozatról úgy vélekedett, hogy: „A maga idejében rendkívül népszerű Star Trek sorozat nézői, rajongói közül sokan a televíziós karakterek felhasználásával az eredeti cselekménytől eltérő szellemben, például heteroszexuális karaktereket homoerotikus történetek főhőseivé téve szőtték tovább a narratívát” (Jenkins 1992 in Glózer 2016). Az ilyen tartalmak fanzinok formájában terjedtek és az ellenállást, szembehelyezést kezdték jelenteni, mert ezeket a tartalmakat többségében nők készítették és így szerettek volna a férfiasság képe és az uralkodó viszonyok túlsúlya ellen kifejezni a nemtetszésüket. Jenkins szerint a média ezen lépése azt az igényt fejezi ki, hogy a rajongók létrehozassák a saját maguk által írt történeteszálát és ne csak a producerek és jogtulajdonosok monopólium joga legyen érvényben. Hasonlóképpen a Star Trekhez, a Star Warsról is készültek rajongók által készített, szerkesztett videók és képek, melyek már a digitális médiának köszönhetően sokkal több emberhez eljutottak, ám ezzel kiéleződött a jogtulajdonosok és a fogyasztók közötti küzdelem is, a felhasználás jogáért. Jenkins 2006-ban írt egy tanulmányt *Convergence Culture* címmel, amiben többek között erről a témáról is beszél és leírta, hogy körvonalazódik a megoldás erre a problémára, mert a produkciós cégek felismerték a mémekben rejlő reklámértéket, így lehetővé tették az ilyen tartalmak létrehozását és terjesztését. Ehhez hasonló forgatókönyv zajlott le a *Survivor* című valóságshow és a Harry Potter könyvek kapcsán is, utóbbi példa esetében a tapasztaltabb írók tanácsokkal segítették a kezdőket így segítették az alkotói fantázia kibontakozását. A mai világban már ezeknek a lépéseknek köszönhetően a cégek már ennek megfelelően tervezik a marketingtervüket, így a készítők javára vált a fejlődés. Az előbb említett Jenkins tanulmányának a bevezetőjében az író felhoz egy példát erre az esetre, Dino Ignacio diák esetét. A Fülöp-szigeteken élő amerikai diák egy kollázst készített 2001-ben, amelyen Osama bin Ladent ábrázolja a Sesame Street, Bert társaságában, melyet később

közzétett a weboldalán. A terrortámadást követően egy bangladesi kiadó az Amerika-ellenes posztterekhez keresett felhasználható anyagot, amikor rátalált Ignació képére. Mivel nem ismerték a sorozat figuráját, jó karakternek tekintették és nyomtatni kezdték a Közel-Keleten, amit később egy CNN riporter észrevett, így a kép eljutott Amerikába is. A felelősséget nehezen lehet megállapítani, Jenkins úgy vélte, hogy ez a jó példa arra, hogy a populáris média tartalmai szabadon áramolhatnak a hálózati média közegein keresztül.

Az ezredforduló után nyílt lehetősége a legtöbb embernek arra, hogy saját készítésű, szerkesztett képeket készítsen, így ezutánól terjedtek el és váltak elemzések célpontjává a mémek. Hasonló forgatókönyv volt a videók terén is, ahol szintén az ezredforduló után terjedtek el a videómegosztó platformok és a videószerkesztő programok. A legnagyobb videómegosztó oldal, a YouTube támogatja egyes videók újra felhasználását és a tartalomgyártók közötti együttműködést is. Különböző módszerekkel megállapítható, hogy a felhasználók viselkedései és döntései kiindulópontot képeznek az internetes mémek vizsgálatához. A már említett izraeli kutató, Limor Shifman ezt a jelenséget is vizsgálta 2011-ben, arra a kérdésre keresve a választ, hogy mi teszi ezeket a tartalmakat ennyire népszerűvé. Harminc videót elemzett és hat közös jellemzőt állapított meg: a videók főszereplői átlagemberek, többségében férfiak és humorosak voltak, tartalmilag egyszerű, ismétlődő jelleg, illetve szokatlan elemek szerepeltetése valószínűsítette a videók sikerét (Shifman 2011 in Glózer 2016). Ha a magyar YouTube-ot szeretnénk elemezni, akkor hasonló tulajdonságokra leszünk figyelmesek. A videómegosztókon először elterjedt videók egy vidéki televízió felvételei voltak, ahol átlag falusi embereket kérdeztek meg különböző témákról. Mivel a megkérdezett személy neve Szalacsi Árpád volt, ezt és az erről készült videókat 'Szalacsi-videóknak' nevezték el. Ezt a videót hasonló tartalmak követték, mint például a: „Mi folyik itt Gyöngyösön?”, „Négy lába van asztal, de nem szék?”, „Zsanett legyél szombaton ötkor a szökőkútnál” és a „Bözsinéni meghoztam a tyúkot”. Ezekben a videókban marginalizálódott embereket láthatunk kifigurázva, így hasonlóak a World Trade Center mémekhez, mert megfigyelhető bennük a kettősség, egyszerre szórakoztatóak és megbotrántoztatóak, a személyek ellen keletkezhets együttérzés vagy megvetés érzése is. Másik forrása a mémvideóknak a valóságshowk, tehetségkutatók, híradók is, melyek szintén a hétköznapi valóságot tárják a nézők elé. Ilyen műsorok voltak a 'Mónika show', illetve a 'Balázs show', ahol a szereplők botrányos viselkedése váltotta ki a mémvideók keletkezését. A mémvideóknak egy reneszánsza a 2000-es évek második évtizedének utolsó felében következett be, amikor nem csak nyelvterületünkön, hanem külföldön is elterjedtek a reakció videók, amelyekben a tartalomgyártók reagáltak ezekre a mémvideókra, így azt bemutatva a fiatalabb generációnak,

illetve megőrizték az utókornak ezeket a videókat. Zárógondolatként Shifman úgy vélte, hogy: „A mémek a hálózat média jóvoltából a globalizáció „ügynökeiként” működnek” (Shifman – Levy – Thelwall 2014 in Glózer 2016), ezen kijelentése pedig megkérdőjelezhetetlen, hiszen látható, hogy a hazai tartalomgyártók a külföldiektől használnak fel ötleteket a saját videóikhoz, követik az ők trendjeiket és így működnek tovább.

Összegezve: Ray Milner 2012-ben összeállította a mémek tipológiáját, különbséget tett az újra gondolt képek és az állóképek között. Limor Shifman 2014-ben a digitális mémeket több megközelítésből közelíti meg. Beszél róluk a tartalom, forma és állás szerint. Ez egy különleges média anyag, amely tekintettel van az ötletre, az ideológiára és hogy melyik kommunikációs helyzetben vannak a tartalom szerint, szemantikus kódokkal, a vevőkkel és egyéb potenciális kommunikálókkal (Shifman 2014). Tekintettel a származásra és a termelődésre, a mémekeől Shifman behatárol három mém nemet: való életet dokumentáló mémeket, explicit manipulációt a vizuális vagy auditív mass médiából származó mémeket és a mémorientált tartalmat.

Kulcsfogalmak

A következőkben a dolgozatom alapjait jelentő kulcsfogalmakat nevezném meg, amelyekre épül a dolgozatom második része. A későbbiekben ezeket a fogalmakat meghatározom a memetikai tudósok megfogalmazási segítségével. Ezek a kulcsfogalmak a következők: a mém, az internetes mém, a mémesedés és a szándékolatlanul mémesedés. Véleményem szerint ezekre a fogalmakra épül a dolgozatom. A következőkben sorba veszem a fogalmakat és egyenként meghatározom őket.

A legfontosabb mindegyik szó közül a mém. A mémet és keletkezését előző fejezetekben már meghatároztam, de itt ismét kitérek a fogalom meghatározására. A mém fogalmát először Richard Dawkins említette meg *Az önző gén* (The selfish gene) című könyvében. A mém nevét a görög 'minéma' szóból alkotta, melyet lerövidített és így jött létre a 'mém' megnevezés. A professzor úgy vélte, hogy a mém lehet egy tevékenység, egy szokás vagy akár egy építészeti stílus is. Továbbá összekapcsolta a mémet a memória fogalmával, ami nem véletlen, mert a mai modern, digitális mémek esetében vizuálisan memorializálni a mémeket nem okoz nehézséget. Limor Shifman a *Mémek a digitális kultúrában* (Memes in digital culture) című könyvében úgy fogalmazott, hogy a mémek alapja az utánzás, a mémek a nyilvános diszkurzus részei és közös tulajdonságokkal rendelkeznek, mint például a humor. A mémek köthetők a folklórkutatáshoz, mert sok folklorista témának megvan a digitális változata és a mém is egy ilyen digitalizált változat. A mémek továbbá hasonlóak a lánclevelekhez, mert a lánclevelek tulajdonságai közé tartozik, hogy egy idő után megszűnik a terjedésük, majd eltűnnek, hogy később, kissé átalakulva ismét terjedni kezdjenek és ez a tulajdonság a mémekre is ráruházható. Amerikai kutatók megfigyelték, hogy nagyobb katasztrófákat gúnyolódó viccek követnek, így jöttek létre az internet segítségével, a katasztrófamémek. Így a digitalizálódás következtében egy új memetikai ágazat jött létre, a digitális mémekkel kapcsolatban. Baliga Béla egy tanulmányában el is különítette a két ágazatot, megkülönböztetett klasszikus és modern mémeket. Klasszikus mémeknek nevezte azokat a mémeket, amelyek Dawkins nevéhez és elméletéhez köthetők, modern mémeknek pedig azokat a mémeket nevezte, amelyeket képi háttérhez lehet kötni.

Ekkor került bevezetésre az internetes mém fogalma. Ennek a mémfajtának a legkiemelkedőbb kutatója az izraeli Limor Shifman, aki Dawkins elméletének újra értelmezésével határozza meg az internetes mémeket. A digitális média közös jellemzőkkel bíró egységeiként nevezte meg az internetes mémeket, melyek egymásra utalva keletkeznek és terjednek a továbbító közegben. A memetikai szakkifejezések átépültek a digitális közegbe, így megalkotódott a digitális mém fogalma, ezt a fogalmat pedig a létrejött digitális

médiafelületek felhasználói által készített tartalmak jelölésére kezdték használni. A digitális mémek terjedési közege az internet, ennek köszönhetően pedig ezek a mémek több fontos helyen is jelen vannak és nagy hangsúllyal rendelkeznek a demokratikus államokban. A népszerű mémsémák gyakran egy társadalmi vagy kulturális logikákra reflektálnak újszerű módszerekkel. Shifman úgy véli, hogy a mémkészítés mindenki számára elérhető és a hovatartozás érzetét nyújtó tevékenység, így a felhasználók képesek a saját elképzelésük alapján elkészíteni álláspontjukkal vagy véleményükkel ellátott tartalmakat. Ray Milner 2012-ben a szerkesztett képeket felosztotta két típusra: egyedülálló és rétegzett képekre. Az egyedülálló képek lehetnek szöveggel ellátott képek, fekete keretes gúnyolódó képek vagy szerkesztett képek. A rétegzett képek származhatnak rajzokból vagy kollázsokból. Az alapképek lehetnek rajzok, grafikák, képernyőképekből vagy jegyzetképekből. Ilyen technikákkal készültek az internetes mémek első generációi, amelyek többségben katasztrófákról adott véleményeket tartalmaztak, mint például a 'Tourist Guy' mém. Az 1980-as évektől megjelentek a népszerű tévésorozatokról készült mémek, melyeket több bonyodalom követett. Ilyen bonyodalom volt a tulajdonjog birtoklásának joga, mivel a gyártók és a mémkészítők is magukénak tekintették a tartalmat. Ezt a vitát később a marketing potenciál oldotta meg. Az ezredforduló után a technológia fejlődése lehetővé tette, hogy a mémek már nem csak képi formátumban, hanem mozgóképként is létrejöhessenek, más szóval a készítőknél lehetőségük lett használni a videoszerkesztő programokat és így újabb mémeket alkothattak meg. Ezen videók is tartalmazták a katasztrófa mémek jellemző kifizurázását, így nyomatékosították a mém jellegüket. A mémvideók forrása a hétköznapi élet és a valóságshowk. Ilyen videókra példa a magyar média esetében a 'Mónika Show'-ból vagy a 'Balázs Show'-ból származó videórészletek. Ezeket a videókat újra és újra felhasználták más videók alapanyagaként, ez a cselekedet pedig szintén a mémiességet támasztja alá. Az első internetes mémek hasonlítottak az offline mémekhez, mint például iskolákban elhelyezett motivációs plakátokhoz. Ezután következtek az egyszerű módszerekkel létrehozott weboldalak a kétezres évek elején, mint például a *Szürke macska* (Grey cat), ami egyben az akkori internet legtovább mémként élő eleme lett: a 'LOLcat'. A mém eredete 2007-re vezethető vissza, amikor Eric Nakagawa készített egy képet egy macskáról, amelyet először egy macskaeledel reklámhoz használtak, majd a következő szöveget illesztette a képre: „I Can Has Cheeseburger?”, azaz: kaphatok egy sajtbургert? (Tozzi 2007 in Milner 2017). Ezután a képet közzé tette a 'icanhascheeseburger.com'-on és innen indult a LOLcats és az internetes makroképmémek hódítása. Ez után következett a ma ismét mémmé lett *Rick Astley Newer gonna give you up* című száma, de voltak olyan mémek is, amelyek csak zárt közösségek számára voltak

elérhetőek, mert ezen közösségek tagjai tudták kezelni és használni a képszerkesztő programokat, de a mémek értelmezéséhez is belső tudás kellett, amit lehetséges, hogy kívülálló nem értett meg. Ilyen platformnak a mai megfelelője a Reddit lenne, ahol a tartalmak kategóriákra vannak osztva és minden kategóriára több ezer emberes közösség épült. Makroképnek számító, majd mémmé lett tartalom volt a TrollFace is, még 2008-ból, melyek vizuálisan a Ray Miller féle osztályzásba sorolhatóak, fekete-fehéren, rövid vicces szövegekkel ellátott vagy bemutatott szituációkban ábrázoltak arcokat. A különböző szituációkhoz más és más arcok és fejek tartoztak, melyekből több száz létezett, mert az idők során a felhasználók bővítették az arcokat, egyre többet félét készítettek belőlük. Ezt az arcot Carlos Ramirez amerikai diák rajzolta elsőként, kezdetleges eszközökkel, majd közzétette egy képmegosztó oldalon. Ezzel robbant be a TrollFace fogalma, kinézete és használata az internetre. 2015-ben készült egy interjú Ramirezzel, aki úgy fogalmazott, hogy a TrollFace értéke 15.000 amerikai dollárra becsülhető és ő a különböző licencdíjakból több, mint százezer amerikai dollárt kapott már. Így lett egy egyszerű rajzból vagyont érő márka. A Trollface után indult be a szerkesztett képekkel készült mémek világa, mint például a 'Chill out lemur' is. Fontos mérföldkő volt az internetes mémek világában a 2007-es év, ugyan is ebben az évben vásárolt meg több domaint Ben Huh, többek között az 'I Can Has Cheeseburger blog'-ot is, melynek bevételeiből felvásárolt még több blogot, mint például a 'The Daily What' vagy a 'Know You Meme' mémbázisát. A mémek első generációja 2012-ig élt, ugyanis Andy Baio 2012-ben a 'Wired' blogon úgy nyilatkozott, hogy: „a mobilra váltás, a közösségi oldalakhoz való mobil hozzáférés megsemmisítette a kreativitást”. Blogján, a Know Your Meme társalapítója, Chris Menning kijelentette, hogy: „2012 a mém halálának az éve”. (Miltner 2017). Több kutató viszont úgy véli, hogy 2012-ben nem meghalt a mém, hanem átalakult egy új generációvá, ahol a mémek játékonyságot (például az Ice bucket challenge) vagy társadalmi összetartozást képviselnek. A 2016-os amerikai elnökválasztásokon a jelöltek is mémmé váltak (például Bernie Sanders vagy Donald Trump), így az mondható, hogy a mémek sosem halnak meg, hanem mindig átalakulnak. Ray Milner azt mondta: „Lehet, hogy a szubkultúra élet vesztette, de a memetikai gondolkodásmód ugyanolyan terjedő, mint valaha” (Milner 2016 in Miltner 2017).

Feltehető a kérdés, hogy mi szükséges ahhoz, hogy mi kell ahhoz, hogy egy teljesen átlagos tartalom mémmé váljon? Illetve vannak olyan tartalmak, amelyek nem mémmé válási céllal keletkeztek, hanem a felhasználók tették azzá. Erre a kérdésre és ezen állítás alátámasztására kerül bevezetésre a dolgozatom másik két fontos fogalma: a mémesedés és a szándékolatlanul mémesedés.

A mémesedés fogalmának meghatározásához ismét az izraeli Limor Shifmant hívom segítségül. Előző fejezetben elhangzott, hogy a mémnek három fő dimenziója van, ami által értelmet nyer: a tartalom, a forma és az álláspont. A tartalom a mémben lévő ideológiákat fejezi ki, a forma a mém formátumát tartalmazza, ami lehet videó vagy képi formátum, műfaji formátum, a mém álláspontja pedig további három részből áll: a részvételi struktúrákból, a kulcs- és a kommunikációs funkciókból. Ahhoz, hogy egy tartalom mémmé váljon a felhasználóknak változtatniuk kell legalább egy ilyen dimenzión. Ez jelenti a fő különbséget a memetika és a felkapottság között. Ha darabka tartalmat változtatás nélkül továbbítanak, akkor az csak egy felkapott tartalom. Ha viszont átadás közben a tartalomban változás keletkezik, akkor már mémként tartjuk számon (Shifman 2013 in Miltner 2017). Shifman ezen idézete fejezi ki a legjobban az internetes mém keletkezési felételeinek részleteit, ezen gondolatmenet alapján pedig elgondolkodhatunk, hogy a körülöttünk lévő, már mindennapivá vált tartalmak között nem-e találunk mémeket? Például, ha a kedvenc zeneszámukat hallgatjuk meg az minden bizonnyal nem mém, ugyanis hozzánk változatlanul jutott el az interneten keresztül. Viszont, ha az egyik barátunktól kapunk egy vicces fotót, amiről eszünkbe jut egy vicces fogalom vagy történet és azt ráírjuk a képre, majd visszaküldjük a barátunknak, akkor az a tartalom már mémmé vált, mi pedig egy mémalkotóvá. Ez is bizonyítja azt, amit az előző fejezetekben hoztam szóba, hogy a modern világban, a kép- és videószerkesztő programok elérhetőségének és egyszerűségének köszönhetően mennyire könnyű a felhasználóknak a mémek létrehozása. A mémek létrejöttének egy másik fontos jellemzője a parodizálhatóság. Hiszen a mémek legfontosabb tulajdonsága a reprodukálódás, ám, ha nem képes parodizálódni, akkor osztódni sem tud, így nem lehet mém sem. Sas István szerint mindig akad a tömegmédia hírei között vagy a közösségi oldalakon egy jel, amely elég provokatívnak bizonyul az átformáláshoz. Így aki először látja meg a felhasználókra zúduló információrengetegben a „rendkívülit”, s él a web 2.0 lehetőségeivel, az lesz az előállítója – feltéve, ha elér mondanivalója a hozzá hasonlóan gondolkodó kritikus tömegekhez (Kiss 2013).

A mém keletkezésének folyamatának és feltételeinek részletezése után arról szeretnék beszélni, hogy nem mindegyik mém keletkezett azzal a céllal, hogy mémmé váljon, tehát folyamatosan át legyen alakítva és továbbítva. A szándékolatlan szó jelentése és szinonímái szerint ez a fogalom azt jelenti, hogy valaki vagy valami önkakaratán kívül válik egy más valamivé, egy külső tényező által. A mémekre ráruházva ezt a fogalmat arra lehet következtetni, hogy a memeológiában is ugyan ezt a folyamatot jelöli. Mert a mindennapi életről szóló műsorok, a televíziós valóságshowk és egyéb tartalmak nem mémképzési céllal készültek, hanem csak később, csak pár pillanatuk alakult át mémmé. Céljuk ezeknek a

tartalmaknak csak annyi volt, hogy a média fogyasztóinak megmutassák, hogy hogyan élnek, mint gondolnak és hogyan viselkednek azok az átlagemberek, akiket még nem ért el a modern világ. Az ilyen műsorokból kiragadott pillanatok akkor mémesedtek, amikor a média fogyasztói felismerték ezen műsorokban azokat a jeleket, amelyek mémpotenciált jelentettek, mint ahogyan Sas István is mondta, ezzel pedig beindítottak egy vízesésként, megállíthatatlanul lezúduló memkészítési folyamatot. A memkészítők kiragadnak egy pillanatot a műsorból, amelyet úgy éreznek, hogy képesek átértelmezni, újra elkészíteni és bemutatni, közzé tenni egy olyan helyen, ahol még több ember láthatja a kész termékeket, majd, aki látta, az a felhasználó is hasonlóképpen cselekedhet a tartalommal. Ezért neveztem egy megállíthatatlan folyamatnak ezt a tevékenységet, mert a közösségi média felületein akár az összes felhasználó képes egyedi variációt létrehozni. Így egy képből például képes lehet egy egymillió tagú 'subreddit' egymillió képet készíteni, amelyek mind-mind másak lesznek. Hiszen, ahogy két egyforma ember sincs, úgy nem lehet két egyforma mem sem. Ehhez a folyamathoz nagyrészt hozzájárul az internet és a már említett közösségi média platformok, én a Reddit platformját hoztam fel példa képpen, ám bármilyen platform alkalmas ennek a folyamatnak az elvégzésére, amelyen a felhasználó multimédiás anyagot meg tud osztani. A szándékolatlanul memmé váló tartalmakra példa képpen egy francia műalkotás esetét hoznám fel. Joseph Ducreux francia művész *Önarckép* című festményének esetéről van szó. A festő 1735-ben született és a portréival vált híressé. 1793-ban készült el a *Portrait de l'artiste sous les traits d'un moquer* (A művész portréja, feketerigónak öltözve) című festményével, amelyen saját magát ábrázolta barna kabátban, fekete kalapban, mosollyal az arcán, miközben a nézőire mutat a mutatójával. Ezen festménye majdnem 300 év után, 2009-ben lett ismét híres azért, hogy előkerült makróképként a Facebook és a Reddit felületein, apró változtatással. A képen archaikus, vicces szövegeket helyeztek el a platformok felhasználói, mint például felkapott slágerzenék refrénjeit. Majd később, 2011-ben, a festményre Ducreux arca helyére Steve Buscemi amerikai színész arcát illesztették, az egyik filmben mondott mondatának archaikus változatával együtt. (Wiggins – Bowers 2014 in Füzi – Prax 2016). Így lett a több, mint 200 éves festményből egy modernkori művészet egyik alkotóeleme, melyet a platformok felhasználói magukévá tettek és újra és újra felhasználtak, azt is lehet mondani, hogy ez a festmény a felkapottságának reneszánszát élte. Hasonlóképpen váltak memmé, most már a modern korban, a következő személyek, élőlények és márkák:

- Barbara Streisand, amerikai színésznő: A hölgy az ingatlan képeit próbálta eltávolítani az internetről, de még nagyobb figyelmet kapott a próbálkozása, így az ellenkező hatást érte el, mint amit szeretett volna.

- Grumpy Cat: Születési rendellenesség miatt mogorva arckifejezéssel rendelkező macskáról tett közzé képeket gazdája az interneten, mely pozitív irányba haladt, mert mémsablon lett belőle és a tulajdonosa pedig kereskedelmi célra tudta hasznosítani ezeket.
- Coca-Cola, McDonalds és egyéb nagy márkák: Nagy cégek arculati elemeit felhasználva fejezték ki a mémkészítők, hogy ezek a cégek túl nagy márkák, ezért ellenmárkázást kezdtek el használni és a közösségi oldalakon a kapitalista fogalmakat megfelelőiként kezdték el használni a cégek logóit, így negatív megítélést kaptak ezek a vállalatok.
- Budapest Bank: A bank „Köszönjük Emese” reklámszlogenjét használták fel a mémkészítők egyéb célokra, így elveszett eredeti jelentéstartalma és szóviccként kezdték el használni a mindennapi nyelvezetükben.
- Wick Atemfrei: Az előző példához hasonlóan itt is a termék reklámszlogenjét az „orrodát is tisztíccsa”-át használták fel az eredetitől eltérő feladatokra.
- Apple: Ez a példa pozitív és negatív is lehet, mert a cég márkateljesítménye a terméknek a pozitív tulajdonsága, így a felhasználók a minőség szinonimájaként emlegetik, de a termékteljesítmény már negatív tulajdonság, így a felhasználók kifigurázzák ezt.
- Volvo Trucks: A cég reklámfilmsorozatát használták fel mémalapanyagként, illetve mémesedét leszítva sikeres volt ez a reklámfilm, mert annak ellenére, hogy kis költségvetésből valósították meg, mégis képes volt magas kedvelést elérni.
- CBA/Fluimucil: Reklámkampányban szereplő személyek váltak mémmé (Kasszás Erzsi, Fluimucil Ábel), akiket a fogyasztók nagyon felkaptak, de negatív fogyasztói attitűdöt is társítottak melléjük, így kritikus/gyanús mémeket készítettek róluk.
- McDonalds: A cég második mémmé válásának története a '#McDStories' fizetett Twitter-hashtag-kampány volt, amely negatív irányba sült el, mert a felhasználók a negatív élményeiket és a nemtetszésüket kezdték el kifejezni a hashtag használatakor, nem pedig arra, amire a cég eredetileg szánta. Így ez a hatás hosszan kihatott a márkára.

- Zing Burger/Burger King: A „Sajtburessz” kifejezést kezdték el felhasználni mémként a mémkészítők a saját kommunikációjukban, továbbá negatív következményekkel járt ez a reklám a sajtó és a jog felől, mert a reklám során jogtalanul használták fel az olímpia arculati elemeit. (Csordás 2018)

Ugyan ebbe a felsorolásba illeszteném bele az általam kiválasztott mémet is, a *Hide the pain Harold*-ot. Hiszen a mém mögött álló személyről nem azzal a céllal készült fotósorozat, hogy később a fotókat mémekhez használják fel, hanem az internet felhasználói, a Grumpy Cat-hez hasonlóan, egy arckifejezésben rejlő mémpotenciált vettek észre és kezdték el kiparodizálni, átalakítani és sokszorosítani a stockfotókon szereplő személy arcát és szituációját.

Módszertan

Az elkövetkezendő fejezetben azt szeretném meghatározni, hogy miként fogom elvégezni a mémelemzési kutatásomat és továbbá, hogy ennek a folyamatnak milyen lépései lesznek az elemzés során.

Ez a folyamat a mémek tulajdonságainak meghatározásával kezdődik, előző fejezetekben ezeket már meghatároztam, következő lépésként Ray Milner egy 2012-es írását említem meg, ahol azt írta, hogy a mémek átalakításához meg kell érteni a meghatározott csoportokhoz vagy egyénekhez kapcsolódó reprezentációs konfekciókat. Stuart Hall tovább viszi ezt a gondolatot és azt mondja, hogy az ábrázolás ezen nézetén belül két elméleti megközelítés létezik: a szemiotikus és a diszkurzív megközelítés (Hall 1997). Ezen két megközelítést alkalmazták az internetes mémek újonnan induló tanulmányozása során is.

A szemiotikus megközelítés és a szemiotika alapfeltétele, hogy a kulturális tárgyak jelentést közvetítenek és ezek a jelentések szöveggént dekódolhatóak. A jelek együttesen működnek mind denotatív, mind konnotatív szinten. Roland Barthes francia filozófus úgy vélte, hogy a denotatív és a konnotatív együttműködésének a népi kultúra összefüggésében történő vizsgálatával a tudósok a kulturális műemlékeket, mint egy adott kultúrára vonatkozó „mítoszok” jelzőit jelentik. Charles Sanders Peirce matematikus hozzáadja a szemiotikához az „értelmező” fogalmát (Moriarty 2002). James Moriarty azt állítja, hogy Peirce szemiotikájának megértése segíthet a kommunikáció vizuális formáinak megértésében. Jed Brubaker egy 2008-as vizsgálata közben, ahol a 'LOLcatcaptions' és a némafilmes címek hasonlóságait vizsgálta, szemiotikus megközelítést alkalmazott, amikor a kifejezések és a képek kölcsönhatását vizsgálta, hogy mind a kép jelentését kibővítse, mind pedig keretbe foglalja.

A diszkurzív megközelítés szerint a beszéd nem más, mint az ismeretek előállítása a nyelv segítségével. Michel Foucault francia filozófus úgy vélte, hogy a tudás hatalom és a diszkurzus az egyetlen módja annak, hogy egy adott témáról, egy adott történelmi pillanatban lehessen beszélni. A diszkurzív megközelítés az egész rendszerre vonatkozik, amelyből a reprezentációs munka ered. A diskurzus felépíti a társadalmi világot, és egyúttal képviseli és befolyásolja a társadalmi gyakorlatokat (Milner 2012). Milner mikroszintű diszkurzív megközelítést alkalmaz a mémek elemzésében, mint a nagyobb, kulturális szintű diskurzusokban játszott témák megértésének módszereként.

A vizuális retorikai megközelítés a szemiotikai és a diskurzív megközelítés elemeit ötvözi a vizuális szövegek meggyőző elemeinek elemzéséhez. A vizuális retorika a vizuális szövegeket úgy értelmezi, hogy létrehozták a jelentés konstrukcióját. Edwards Janis 2004-ben azt vizsgálja, hogy az ikonikus képek miként válnak a nemzeti érzelmek metaforájává. Azt az

eredményt kapta, hogy ezeket a képeket szimbolikus asszociáció, metafora vagy allegória alapján lehet kontextusba állítani (Huntington 2013).

A következőkben megemlítem Horváth Dóra egy 2013-as munkáját, amiben többek között meghatározta az általa elemzett kép formátumú mémek típusát. Megállapított olyan mémeket, ahol a mém:

- utat, küzdelmet, önmagunk keresését mutatja be: például One does not simply walk mém,
- groteszk arckifejezést vagy testtartást mutat be, mely magának a mémnek a védjegye: például Grumpy Cat és Trollface mém,
- szöveg és zenealapú mémek, melyek különféle stílusokat vegyítettek: például Ain't nobody got time for that mém,
- gyerekszájra vagy karakterre építő vagy örömeztető kifejező mémek: például Success Kid, Ridiculously Photogenic Guy mém,
- filozofikus mélységű gondolatok, okos tanácsot adó állat (advice animal) típus: például Philosoraptor, Actual Advice Mallard mém,
- sajátos táncmozdulatokat megjelenítő mémek: például Gangnam Style, Harlem shake mémvideók,
- társadalmi szakadékokra vagy problémákra irányuló mémek: például Skeptical Third World Child mém,
- vásári szócsatákból, beszélgetésekből és káromkodásokból kiragadott hangulatképekből alkotott mémek: például Gordon Ramsay megmondja, Bitch please és Lazy college senior mémek,
- eltemetett események felszínre hozása, leleplező mémek: például Bad Luck Brian és TEK melléfogásokból alkotott mémek,
- kapocs a természetfeletti világhoz, hősökhöz vagy két világ közti közvetítőkhöz kapcsolódó mémek: például Chuck Norris és Tibi atya mémek,
- modern varázslók (focisták, énekesek) színpadi játékára vagy alakítására építő mémek: például Balotelli gólöröme, vagy Beyoncé testtartása a superbowlon,
- saját kultúrát megismertető és népszerűsítő mémek: például a hungaromém.

(Horváth 2013)

Továbbá vizuális retorikai szemszögből, Wiggins és Bowers megállapítanak videó és kép makrókat, melyek felirattal ellátott képek, ezekből a makrókból pedig később mémek alapanyagai lesznek (Hubbes 2020). Ray Milner 2012-ben igényesebben állította össze a

mémek tipológiáját. Különbséget tett a szerkesztett és a ‘álló’ képek között. A szerkesztett képek lehetnek szintén ‘egyedülálló’ és ‘rétegzett’ képek. Az ‘egyedülálló’ képek felvehetik a ‘jegyzetekkel ellátott’ képek (képek szöveggel kiegészítve) formáját, melyek lehetnek demotiváló képek, kép makrók (kép feletti szöveg, mely premisszát vagy következtetést alkalmaz), photoshopok vagy grafikus képek. A ‘rétegzett’ vagy ‘többszörösen szerkesztett’ képek egy újabb réteg bonyolítást adnak a ‘szerkesztett’ képekhez: felvehetik a Rage Comics (dühös, ideges arcok kombinációi, szövegekkel, történetet alkotva) vagy ‘halmozott állóképek’ (makrók vagy ‘kommentált állóképek’ átalakítva ‘többpaneles’ képekké) formáját. Az ‘álló’ képek lehetnek rajzok (animált rajzok vagy képregények, grafikák vizuális adattal vagy népszerű, sajtóból származó infó grafikák), ‘memes irl’ (képek a való életbeli mémekről), képernyőképek (közösségi média beszélgetések, szövegszerkesztőkből vagy ‘adat alkalmazásokból’ származó mémek) és ‘be nem jegyzett’ fotók (képek tárgyakról, helyekről, egyénekről, eseményekről készült makrónak szánt nyersanyag) (Hubbes 2020).

Kutatási előzmények

Hasonló kutatások és esettanulmányok nem készültek a 2020-as évig a *Hide the pain Harold*-ról, viszont az én munkámhoz hasonló, mémelemzések már készültek más személyekről alkotott mémekről. Itt példaként szeretnék megemlíteni egy *Tibi atyáról* készült *Rajongók, közös alkotás és közösségi média* (Fans, Co-creation and the Social Media) címmel ellátott, 2017-es, Glózer Rita tanulmányt. Ebben az írásban hat fő fejezet különíthető el: a bevezetés, a kulturális tanulmányok szeretőinek szemszöge, a rajongók marketing szempontból való kutatása, a kutatás módszertana, majd pedig *Tibi atya* bemutatása, melyet egy összegzés követ a tanulmány végén. A tanulmányban marketing szemszögből való elemzés található, melyet az indokol, hogy *Tibi atyának* webshopja is van, így az ő mémmárkáját értékesítésre is felhasználják. Ezt alátámasztja a *Tibi atya* személyét bemutató részben található kép a webshopról, egy egyedi, szupermarketben elérhető bormárkáról, majd pedig a Facebook oldalról. Ebben a fejezetben van bemutatva *Tibi atya* története, közösségi média jelenléte és az őt követő emberek közössége. Az összegzés fejezetben Glózer Rita kiemeli, hogy *Tibi atya* esetében a márkázás jelensége központi szerepet játszott, a népszerűsége később marketing célokra lett felhasználva, mely széles követőtáborral alakított ki. Későbbiekben a szerző visszaül, hogy a történetmesélés a márkaépítésnek, a vicces képek pedig a közösségépítésnek az alapja (Glózer 2017).

Alkalmazott kvalitatív módszer

A *Hide the pain Harold* mémeknek vizsgálatát a kvalitatív tartalomelemzés módszerével végeztem, a vizsgált minta 2020 novembere és 2021 áprilisa közötti időszakban lett összegyűjtve, magyar, illetve angol nyelvű Facebook, Instagram, Reddit oldalakról, illetve a Google keresőmotorban fellelhető, *Hide the pain Harold*dal kapcsolatos weboldalakról származó mémeket tartalmaz, összesen százhusz darabot. Az említett közösségi oldalakon saját felhasználói fiókom és tudásom segítségével fértem hozzá a mémekhez, amelyeket később összegyűjtöttem. A kvalitatív tartalomelemzés során a mémekben fellelhető legfontosabb témákat és tulajdonságokat azonosítottam, majd ezeket csoportosítottam ezen tulajdonságok szerint, illetve megfigyeltem az összegyűjtött mémek további műfaji sajátosságait és vizuális retorikai jellemzőit is. Az összegyűjtött mémek nagy része angol nyelvű, ez betudható annak, hogy először angol nyelven jelentek meg mémek Arató András személyéről, de szép számban vannak jelen a magyar nyelvű mémek is. Az angol nyelv fölény továbbá annak is betudható, hogy ez a nyelv a hálózati kultúra hivatalos nyelve lesz hamarosan, így még a magyar felhasználók is elfogadottnak tekintik és használják ezt a nyelvet (Glózer 2020). A mémek kizárólagosan az Arató Andrásról készült fotósorozatból készültek, kevés példa akad olyan mémekre, amelyeken Arató András személye nem a megszokott mémsémát követi, hanem más környezetben ábrázolja a személyét. Az általam gyűjtött mémek rövidek, humorosak, csattanóra kiélezettek, többségben két részből álló szöveggel ellátottak, nyelvezetük hasonló az élő szóban elhangzó viccekhez, viccmondáshoz. Fellelhetőek a mémek között a szóviccekre jellemző tulajdonság is, amikor a hasonló hangalakú szavakat felcserélve vagy a többjelentésük felhasználásával alkotnak viccet a mémkészítők. Ez a tulajdonság Glózer Rita szerint “az írásbeliség előtti orális diszkurzus jellemzőihez nyúlnak vissza, mint amilyen az élő beszédhelyzet megteremtése, a felidézést segítő szövegsémák alkalmazása vagy a figyelemért harcoló versengő jelleg” (Glózer 2020).

Az általam összegyűjtött mémeket négy nagy csoportba tudtam osztályozni, többségük az érzelmekhez kapcsolható, utána számszerinti következő helyen azok a mémek találhatóak, amelyek egy társadalmi történésre, eseményre vagy gondolatra utalnak vagy reagálnak, ez után következik a szóviccekkel összefüggésbe hozható mémek, majd pedig utolsó helyen a marketinggel kapcsolatos mémek, amelyből nagyon keveset, csak két darabot találtam. Az érzelmekkel kapcsolatos mémek fölénye érthető, hiszen a mém alapját is az érzelmeket kimutató arckifejezés adja, amit a mémkészítők a kezdetek óta felhasználtak. A mémeken többségben a szomorúságot álcázó, erőltetett kedves reakció látható, a kettősség első felében egy boldog észrevétel áll, amit később letör a meglepődés, hogy az várt eredmény ellenkezője

történt. Ez a reakció hasonlít a rossz hír hallatán tapasztalható megdöbbenésre, de a hír nem annyira borzasztó, mert a képeken képes Harold a pozitivitását megtartani és mosolyogni. Továbbá néhány mémre a készítők a csalódást, a pesszimista valóságot, kellemetlenséget, nyugtalanságot és a sok rosszban a maroknyi öröm meglátását is beleképzelték. Az ebbe a kategóriába tartozó mémek teszik ki az összegyűjtött anyag majdnem felét, amely, amint már említettem a mém tulajdonságait figyelembe véve természetes, mert ezen tulajdonságokról lett elnevezve a mém.

A kategóriába tartozó mémek száma alapján történő osztályozás szerinti második helyen azok a mémek állnak, ahol Arató András személyét és arckifejezését egy társadalmi történésre, eseményre, rajongói reakcióra és újabb elméletek létrehozására használták fel. Többségében ezek a mémek egy társadalom számára befolyásoló döntésre reagálnak, mint például a koronavírus világjárvány miatt bevezetett karanténra, vagy az online oktatás kellemetlenségeire reagálnak, kifejezve, hogy az érintett emberek kellemetlenül érzik magukat az új környezetben, de nem fejezik ki a problémájukat, hanem próbálnak pozitívak maradni és mosolyogni. De nem elhanyagolható azon mémek száma sem, ahol a megélhetési költségek magasságára, a tőzsdei árfolyamokra, a megspórolt, rendezésre álló pénz beosztásának nehézségeire, egy közösségi platform nehezen kezelhetőségére, a munkaerőpiacra, egy csoportba tartozó emberek közti különbségekre vagy éppen közös tulajdonságaikra reagálnak. Ezen mémek száma teszi ki az összesen összegyűjtött mémek több, mint negyedét.

A csökkenő sorrend szerinti következő kategória a szóviccek kategóriája, amiben a mémek akár az angol, akár a magyar nyelvben alkalmazható szófelcserélésre vagy a szavak kétértelműségére épülnek. Ebbe a kategóriába soroltam azokat a mémeket is, amelyeken egy erőltetett, másnéven faviccek szerepelnek, melyek utalnak az emberi tulajdonságra is, hiszen egészen biztos, hogy hallottunk vagy mi is süttöttünk el olyan vicceket, amelyeken a hallgatóság nem nevetett, nem tartott viccesnek, így hasonló, kínosságot elrejtő mosollyal reagáltunk, mint a mémen szereplő Arató András. Nem utolsó sorban az ebbe a kategóriába sorolt mémek reagálnak a társadalomban található közmondásokra és kevésbé hasznos tanácsokra, mint például a doktort távol tartó közmondás és a 'Ne légy szomorú' tanácsok esete.

Utolsó helyen pedig a marketingcélra felhasznált mémek vannak, nem túl nagy számban, hiszen említettem, hogy csak két darabot sikerült találnom belőlük. Jobban szétválasztva ezt a fő kategóriát, tovább lehet osztani ezeket a mémeket a direkt marketing célra használt mémek kategóriájára és a különféle közösségi oldalak népszerűsítésére felhasznált mémek kategóriájára. A direkt marketing célra felhasznált mémekhez sorolható az első kép, ahol egy fodrászat használta fel Arató András arcát, de nem a frizura bemutatására,

hanem arra, hogy kis hajtincseket leszakítva telefonszámokhoz jusson az ember és így elérje a fodrászatot hajvágatás érdekében. Ez a megoldás hasonlít a gerilla marketingre, hiszen a szolgáltatást nem hagyományos módon oldották meg, hanem az Arató András arcát megjelenítő képpel, amelyet a telefonszámot tartalmazó hajtincsek takarnak, majd pedig amikor a hajtincsek kezdenek elfogyni, akkor egyre jobban válik láthatóvá Arató András arca. Én személy szerint hatásosnak tartom ezt a megoldást, ha én ilyennel találkoznék a városomban, akkor kipróbálni a szolgáltatást mindenképp elmennék. A második alkategóriába tartozik a második mém, ahol a *Nők lapja* magazin egy interjújában használta fel Arató András arcát és a magazin nevét, így aki látja a mémet, tudomást fog venni a magazin létezéséről is. Próbálkoztam a hasonló példák felkutatásában, de nem jártam sikerrel a két nyelvű keresés után sem, pedig meggyőződésem az, hogy nem egyedül ez a magazin alkalmazta ezt a technikát a saját maga népszerűsítésére.

Összegzőképpen azt tudom elmondani, hogy a mémek döntő többségének tulajdonsága az érzelem és az érzelmekhez kapcsolható események: csalódások, váratlan történetek vagy kellemetlen hírek. Az is elmondható, hogy a *Hide the pain Harold* mémet is, ugyanúgy, mint más mémet felhasználnak a világméretű problémákra adott reakció kifejezésének eszközeként, mint ahogyan Glózer Rita is mondta: “A humor, a gúny és az irónia eszközeivel reflektálnak az egyéni és közösségi fenyegetettségre, a társadalmi együttélés kereteinek, bevett szabályainak radikális megváltozására, az ennek nyomában járó frusztrációra és szorongásra” (Glózer 2020). Kisebb arányban fordultak elő a szóvicceket tartalmazó mémek, a marketingcélú mémek pedig nagyon kis arányban voltak jelen a gyűjteményemben.

Mintavételi módszerként a célirányos kiválasztás módszerét alkalmaztam, hogy a témák és műfajok szerinti osztályozás alapján megalkotott kategóriákból elemzendő mémeket válasszak ki.

A következőkben a *Hide the pain Harold* mém keletkezéséről és a mém mögött álló személyről szeretnék beszélni.

Hide the Pain Harold mém

A *Hide the pain Harold* mém egy létező, magyar ember arckifejezéséből alkotott mém, amelyen egy idős ember szokatlan mosolyára képzeltek rá jelentéseket a képet megmémésítő személyek. Azért választottam ezt a mémet az elemzésemhez, mert mindenképpen személyiségmémeket akartam elemezni és a mém kiválasztása során jutott eszembe, hogy nemzetiségemhez és dolgozatomhoz is találna, ha egy magyar eredetű mémet választanék ki. Így esett a választás a *Hide the pain Harold* mémre és a mögötte álló, Arató András személyére.

A mémem leírása furcsán fog kezdődni, mert a mémek elsöprő többségével szemben ez a mém egy valós személyről készült, így hasonlítani fog egy ember önéletrajzára vagy egy személyleírására. Talán egy kicsit szélsőségesen fogalmazhattam, amikor azt mondtam, hogy a mémek többségével ellentétben személyekből alkotott mémből kevés van, mert külhoni viszonylatban jelen van Bad Luck Brian mém, valódi nevén Kyle Craven is, akinek a mémmé válása szintén egy fotózásnak köszönhető, de akár ide sorolhatnám a Disaster Girl mémet is, amelyen egy lakóház lángjai előtt egy kislány, Zoe Roth áll, akit édesapja, Dave Roth fényképezett le az incidens közben, 2005-ben. Így tehát van jó pár példa a személyekből alkotott mémekre is, de azért tartom ezeket kisebb számban fellelhetőeknek, mert egy fiktív karakterről vagy egy állatról készült fényképet könnyebb többféle szituációba beleképzelni, mintha egy ember, már adott arckifejezésével kellene összefüggésbe hozni a mém tartalmát.

Visszatérve a *Hide the pain Harold*-ra, a mémmé alakított személy valódi neve Arató András, aki magyar származású és mind a mai napig Magyarországon él. Többek között ezért is választottam őt, mert a számomra érdekes memetika téma mellé, az elemzés során is olyan mémet szerettem volna kiválasztani, ami kötődik hozzám, de akár a későbbi olvasóhoz is, ha netán ő is olyan, mint én: magyar. Szeretnék elsősorban Arató Andrásnak a mémmé válás előtti életéről beszélni, hiszen ő nem mémként jött a világra 1945 július 11.-én, Kőszegen, hanem olyan élete volt, mint bármelyik másik átlagos magyar férfinak, abban az időben. Tanulmányait a *Medve Utcai Általános iskolában* kezdte, majd 1969-ben lediplomázott a *Budapesti Műszaki Egyetem* villamosmérnöki karán. 1979-től tagja a *Magyar Elektrotechnikai Egyesületnek*, 1997-től egészen 2010-ig pedig a *Világítástechnikai Társaság* tagja is volt. Dolgozott több, ma is neves gyárnak, mint például a *Siemens*-nek is, de ma már nyugdíjasként él Budapesten. 2002-ben kapott *Urbanek János díjat*, ezt a díjat olyan személyeknek adják át évről-évre, akik a *Magyar Elektrotechnikai Egyesület* keretein belül kiemelkedő elméleti vagy gyakorlati tevékenységet érnek el. Továbbá 2010-ben kapta meg a *Déri Miksa-díjat*, szintén a *Magyar Elektrotechnikai Egyesület*-től, melyet szintén az egyesületben elért kimagasló munkájáért kapott. Kijelenthető tehát, hogy Arató András személye és élete már az internetes mém

gyerekcipőben járásakor is már patinás volt. Az utóbbi években több alkalommal is reklámarc lett, például 2019-ben a Coca-Cola reklámarca volt, de szerepelt már a szórakoztató műsorban is, 2020-ban. Nem csak ezek voltak a televíziós szereplései, hiszen szerepelt már tévés műsorban még a karrierje legelején, de erről majd a későbbiekben fogok beszélni.

Mémmé válása egy törökországi kirándulással kezdődött, amely átlagosnak számított, mert évek óta kirándult a családjával Dél-Európában, de ez a kirándulás abban változott a többitől, hogy béreltek egy Suzuki terepjátót, amivel a környéket járták be, eközben pedig fényképeket készítettek. Később ezeket a fotókat feltöltötte az akkor felkapottnak számító közösségi oldalra, az Iwiw-re, azzal a céllal, hogy meg tudja mutatni a képeket az ismerőseinek. Tulajdonképpen eddig bárki számára leutánozható ez a folyamat, sőt még sikeresebb is lehet az ember, mert most már a Facebook sokkal jobb lehetőségeket ad az embereknek a kitűnésre. 2019-ben egy TED előadáson azt mondta, hogy a siker nem az embereken múlik, hanem azon, hogy az internet felismeri-e őt. Ez pedig a szerencsén alapszik, így nem lehet tudni, hogy lesz-e még rajta kívül olyan személy, aki hozzá hasonló módon válik mémmé.

Arató András végül elérte a célját a képeivel, hiszen az ismerősei látták a képeit, sőt nem csak ők, hanem egy hivatásos fényképész is, aki később felkereste őt. A fényképész azt írta neki, hogy pont egy ilyen kinézetű modellt keres az új fotósorozatához és megkérte, hogy jöjjön el a stúdiójába fotózni pár próbaképet. Arató András elfogadta a meghívást, elment a stúdióba, a fényképész készített pár képet, ezek a képek tetszettek is Arató Andrásnak, így még jó pár alkalommal elment egy fotózásra és készült róla több száz kép. Ezek a képek mind stockfotók voltak, a fotózás előtt Arató András aláírt egy szerződést, hogy vállalja, hogy ezek a képek bárhol megjelenjenek, jogdíj ellenében. Mindenbe bele is egyezett, de a már előbb említett TED konferencián elmondta, hogy három felhasználási területet megtiltott a fotóinak: az első a politikai felhasználás, a második a vallási felhasználás és a harmadik, ahogy ő mondta, a szex, tehát a pornóiparban való felhasználás.

Sokáig nem okoztak problémát számára ezek a képek, ám pár év elteltével kíváncsi lett, hogy a képeit hova kerültek és kik használták fel.



1. Ábra - Harold orvosként (Forrás: <https://imgflip.com/tag/Hide%20the%20pain%20Harold?sort=latest&after=zhkwb>)

Elsőként egy kórház honlapján lett felhasználva orvosként a képe, majd később egy egyetem honlapján lett könyvtáros az arca. Később, szintén pár évvel később észrevette, hogy már nem csak honlapok és szervezetek használták fel a képeit, hanem már a mémkészítők is, tehát mém is lett belőle. Felelevenítette, hogy első, róla alkotott mémjei közé tartozott az a mém, amin az amerikai Mount Rusmore-on található amerikai elnökök arcai helyére szerkesztették rá az ő arcképét. Elmondta azonmban azt is, hogy látott számára lesokkoló, durva és gusztustalan mémeket is, amelyen az ő arca volt, így azt szerette volna, hogy azonnal állítsa le ezt a folyamatot. Kiderítette, hogy a képek egy amerikai fiatalember által birtokolt honlapon jelentek meg, de ezzel együtt kiderült az is, hogy nem a honlap tulajdonosa készítette ezeket a képeket, hanem a tulajdonosnak az ismerősei és barátai. Ekkor gondolkodott el, hogy vajon lehetséges-e számára az, hogy kitörölje ezt a fejezetet az internetből? Elgondolkodott, hogy a jogtalan felhasználásra hivatkozva bezárathatja az oldalt, mert ezek a képek lopottak voltak, nem fizettek a mém készítői a képek felhasználási jogáért, de az jutott eszébe, hogy bezárathat egy internetes oldalt, de az internet tulajdonságai miatt egy oldal helyére akár három is létrejöhet másnapra. Végül megbékélt a tudattal, hogy erre a célra is felhasználták a képeit és abban reménykedett, hogy idővel a képeit megunják, nem fogják felhasználni többet és el fogják felejteni. Ám tévedett. Ez a folyamat nem, hogy lassult, hanem felgyorsult. Egyre többen kezdték el használni a képeit, mert a fotózáson a fényképész megkérte, hogy mosolyogjon, ám az internet népe észrevette, hogy ez a mosoly nem éppen természetes, hanem erőltetett és egyfajta rejtett szomorúságot láttak alatta és ezért nevezték el a róla készült mémeket *Hide the pain Harold*nak mémeknek, ami magyarul 'Fájdalmat rejtegető Haroldnak' felel meg. Elmondta, hogy örül, hogy ebbe az irányba fordult a képei felhasználása, mert a kezdeti gusztustalan felhasználások nem csak megszűntek, hanem el is tűntek. A 2019-es TED konferencián úgy fogalmazott Arató András, hogy ugyan eltűntek a kezdeti, számára gusztustalan mémek, ám az interneten semmi sem tűnik el, így aki nagyon kitartóan keresi

ezeket a mémeket, az megtalálhatja ezeket. Ám a konferencián arra kért mindenkit, hogy ne végezzen senki ilyen célú kutatómunkát.

Teltek múltak az évek és Arató András mémkarrierje szárnyalt, de úgymond fiktív személy volt ő, mert a Harold egy nem létező személy, amelyet az internet népe alkot és ruházta át neki, nem ismerte senki úgy, mint egy létező személyt, de főképp nem úgy, mint Arató Andrást. Végül mégis kiderült a valódi identitása és valaki írt neki egy e-mailt azzal a szöveggel, hogy az interneten sokan nem hiszik el, hogy ő egy valós személy és azt szeretné a levél írója, hogy tudassa Arató Andás a külvilággal, hogy ő igenis egy valódi személy. Először ezt a kérést figyelmen kívül hagyta, nem válaszolt rá, de ismét és ismét kapott ilyen felkéréseket, így feltöltött egy képet egy orosz közösségi oldalra, amin egy papírlapot tartott a kezében. A papíron az állt, hogy: *Élő ember vagyok!* Elmondása szerint, ezen tette után az internet valósággal felrobbant. A közösségi oldalak felhasználói mellett már felfedezte a nemzetközi média is.

Ezek után regisztrált fel a különböző közösségi oldalakra, ahol létrehozta a saját oldalait, ez pedig megváltoztatta az életét. A mai napig elérhető a közösségi oldala a Facebookon, az Instagramon, de még egy webáruház is van, ahol az arcával ellátott tárgyakat vásárolhat az érdeklődő. Az előbb említett közösségi oldalon majdnem 750 ezer, az utóbb említett közösségi oldalon pedig majdnem 320 ezer követővel rendelkezik, ezzel egy egész népes közösséget alkotva. Feltehető, hogy a két közösségi oldal követő egy része ugyanazok az emberek, csak mindkét platformon követik, de vizuális mértékekkel elképzelve ezen követőszámok fele is rengeteg embernek számít, táboruk kiépítése pedig nagyszerű, kiemelkedő teljesítménynek.

Ezek után kezdtek el előadásokra és rendezvényekre meghívni, első meghívása Londonba, a Manchester focicsapat népszerűsítésére szóló felkérés volt, de más városokba is elhívták, mint ahogy Kievbe is, egy TED konferenciára, amiről már beszéltem a szövegem elején. Ekkor mondta el, amire nemrég én is hivatkoztam, hogy ő tulajdonképpen nem *Hide the pain Harold*, mert a Harold csak egy kitalált személy, akit az internet népe alkotott és ő csak ezt a szerepet játszója. Filmekbe hívták meg szerepelni, rockkoncertekre meglepetésvendégként, emlékezetes volt számára, hogy egyszer meghívták Oroszországba is, ahol az 'orosz Facebook' által megszervezett eseményen volt egy fellépő és nem csak a megjelenése, hanem az, hogy megszólalt oroszul egy óriási élmény volt számára és az eseményeken résztvevők számára is. Hasonlóképpen volt szintén Oroszországban, Jakuckban, ahol egy informatikai céges bulin volt meglepetés vendég, de meghívták Csílébe is, ahol egy televíziós műsorban volt vendég, ám műsoron kívül is annyian keresték fel, hogy a végén testőröket kapott maga mellé, a biztonsága

érdekében. Ekkor tudatosult benne, hogy talán az egyik legismertebb magyar emberek közé tartozik, mert az arcképét nagyon sokan ismerik a világon. Egy YouTube csatornának adott interjújában alá is tudta támasztani ezt, mert elmondta, hogy hallotta már utazásai során, hogy a rajongói Puskás Ferenc legendás labdarúgóval és Gábor Zsazsa filmszínész nő nevével egyszerre emlegették, ami számára kimondhatatlan nagy megtiszteltetés. Elmesélte továbbá ebben az interjúban is, hogy mémmé válása előtt átlagos, mindennapi életet élt, volt sokáig rádiós műsorvezető is és résztvett táborokban is, az egyikben például festeni tanult, de már egy egyetemi kampuszon is tartott motiváló beszédet a hallgatóknak. Elmondása szerint duplán szerencsés ember, hiszen az élete során másodszor is mémmé vált, mert az első mémmé válása egy televíziós tehetségkutató műsornak köszönhető, ahol, az „Én nagyon szeretem a tejet és a kakaót is, azt is” mondata helyet kapott a magyar YouTube mémalként szolgáló videóik között, a *Szalacsi* és egyéb hasonló videók mellett. Ez a műsor 1996-ban jelent meg a televízió képernyőin, *Mindent vagy semmit!* néven. Elmondása szerint nem bánta meg, hogy mém lett belőle, mert a mém története során sokkal több pozitív élményt kapott, mint negatívát, és úgy érzi, hogy azzal, hogy ő egy élő mémfigura megfiatalodik és fiatal marad. A *PamKutya* nevű YouTube csatornának adott interjújában elmondta, hogy kedvenc mémei azok, amiken az emberek az ő arcát egy más személy arcára rászerkesztik, csak úgy, mint az előző fejezetben említett Joseph Durceux *Önarckép* című festmény esetében is, mert ezen képek által az emberi kreativitást látja. Erre példaként a már az írásom elején említett Rushmoor hegy mellett egy másik példát is felhozott: a sixtusi kápolna mennyezeti freskójának, az *Ádám teremtetésének* az arcképeire az ő arcát helyezték, az Atyaúrístent leszámítva Ádám és az összes angyal az ő arcát viseli.

A következőkben, a *Hide the pain Harold* mém keletkezése és kutatási módszereim ismertetése után a mémelemzések következnek, a memetikai tudósok által megfogalmazott meghatározások és mémkategóriák szerint.

A Hide the pain Harold mémek elemzése

A mémelemzésem kezdetén felsorolnám az általam megállapított mémkategóriákat a mémek témája és a mémek műfaja szerint.

Először a mémek témája szerint csoportosítottam a mémeket, ezek után állapítottam meg, hogy a százhusz mémet négy csoportba lehet osztani: érzelmekkel kapcsolatos csoportokba, társadalmi történésre reakciót adó mémek csoportjára, a szóviccet tartalmazó mémek csoportjára és utolsó sorban pedig a marketing vagy reklámozási célra felhasznált mémek csoportjára. Az összes csoportból kiválasztok két darab mémet, amit majd bemutatok és megindokolom, hogy miért soroltam ebbe a kategóriába, illetve a vizuális tartalmáról is ejtek pár szót. Azért használok fel két mémet, mert szeretnék beszélni egyszer egy angol, másodszor pedig egy magyar nyelvű mémről, azért tartom fontosnak a magyar nyelvű mém példázását is, mert a dolgozatomban végig fontosnak tekintettem ezt a nyelvi szempontot, így az elemzésnél sem szeretném elhanyagolni. Viszont az angol nyelvű mémeket sem hagyhatom ki a példák közül, mert a mémgyűjteményem háromnegyede angol nyelvű tartalom, így ezek a mémek képviselik a könyvtáram többségét.

Első sorban említeném meg tehát az érzelmekkel kapcsolatos mémek csoportját. Ebben a csoportban azok a mémek vannak, amelyek az emberi érzelmeket mutatják be és az érzelmekkel kapcsolatos, akár kínos helyzeteket Harold mosolyával és arcképével.



2. Ábra: Első példa az érzelmekkel kapcsolatos mémekre (Forrás: <https://ifunny.co/picture/it-says-here-that-it-s-impossible-te-feel-happy-aZtZnMqQ8>)

Első kiválasztott mémem az angol nyelvű mémek kategóriájába tartozik, már most leszögezem, hogy nem pont a kulturált mémek képviselője lesz ez a mém, de azért tartom indokoltnak mégis ennek a mémnek a használatát, mert ez szemlélteti a legjobban azt a kettős érzést, amit egy olyan hír hallatán hallunk, ami számunkra kellemetlen és nyugtalanító, de mégis van annyi pozitívum benne, hogy képesek vagyunk egy kis mosollyal eltakarni ezt a szomorúságot. A mém szövege a következő: Harold: 'Azt írja, hogy lehetetlen egyszerre boldognak és szomorúnak lenni egyszerre...', Harold felesége erre pedig válaszul azt mondja, hogy: 'Az összes testvéred közül neked van a legnagyobb péniszed'. Ez a mém két részre osztható. Az első része, amikor Harold elmondja a feltevést, amit a számítógépén lát, a feleségének, a másik része a mémnek pedig, amikor erre a feltevésre a felesége válaszol és Harold megkapja a lesújtó hírt. Vagyis lehet vitatkozni, hogy lesújtó-e a hír? Mert igazából nézőpont kérdése, hogy milyen hírnek vesszük ezt a választ, mert boldoggá lehet tenni egy férfit a méreteinek dicséretével, viszont az egy negatív hír lehet, hogy a felesége megcsalja, sőt, fokozó tényező, hogy az összes testvérével. Így alakul ki az a szituáció, amelyben nehéz eldönteni, hogy pozitívan vagy negatívan reagáljunk a hallottakra. Így alakul ki a mém alsó felén látható, Harold arcával szemléltetett, talán kétségbeesettnek is mondható mosoly, amivel a kellemetlen

reakciónkat próbáljuk elfedni. A mém vizuális megjelenését elemezve azt figyelhetjük meg, hogy ebben a szemléltetett mémben két fénykép található, így nem csak a mém szövege, hanem a mém vizualitása is ketté osztható. A legtöbb *Hide the pain Harold* mém hasonló vizuális felépítéssel rendelkezik, az első része a mémnek egy kijelentéssel vagy feltevéssel kezdődik, majd a második felében a reakcióval együtt láthatunk egy másik képet. Megfigyelhető az is, hogy nem mindegyik mém követi ezt a sémát, hanem vannak olyan mémek is, amelyek egyetlen képből állnak, a feltevés pedig a kép tetején, a megdöbbenést tartalmazó szöveg pedig a kép alján található. Ebben a mémben látható egy másik személy is, aki a fotózások erejéig volt Harold felesége, neki is van szerep tulajdonítva a mémben, ám a *Hide the Pain Harold* mémek döntő többségében csak egyedül Harold személye látható. Erről a mémről összegzőképpen az mondható el, hogy egy kettős érzelmet tartalmazó reakciót jelenít meg Harold mosolyával, továbbá vizuálisan egy komplex mém, mert plusz egy személy látható a képen és a mém felépítése is két képből áll, így komplexitást alkalmazva.



3. Ábra: Második példa az érzelmekkel kapcsolatos mémekre (Forrás: <https://www.facebook.com/tibiatya/photos>)

A következő mém, amit szintén az érzelmeket kifejező mémek csoportjába soroltam már magyar nyelvű, így a mém szövegét ebben az esetben nem kell lefordítsam. A mém azt az érzést jeleníti meg, ahol a tanulmányi élet során tapasztalható tudásellenőrző tesztek feladatait megoldó diákok beszélgetnek a teszt után a lehetséges helyes válaszokról. Ebben az esetben nincsen feltevés és később erre egy kellemetlen válasz, mert nem látható a mémen diszkurzus. Harold személye a mémen csak egy beszélgetésből kívül álló személy, aki monológot folytat a fejében, mert meghallja a helyes válaszokat, amelyek nagyon különböznek az általa

helyesnek vélt és leírt választól. Ez okozza számára a kellemetlenséget, amit a képen is látható kétségbeesett mosollyal próbál elrejteni. A képet vizuálisan szemügyre véve azt állapíthatjuk meg, hogy ez is egy komplex mém, mert a szerkesztése az előző példához hasonlítva sokkal bonyolultabb és igényesebb, Ray Milner meghatározása alapján makróképnek minősül, továbbá kigúnyoló, demotiváló képnek. A háttérképként használt képre egy, az előző példában is alkalmazott, Harold mosolyát ábrázoló kép került. Összegzésképpen a mémről az mondható el, hogy már csak a szintén ebben a kategóriában alkalmazott mémhez viszonyítva is komplexebb és minőségibb, a mém szövegének szerkezetét megfigyelve pedig egy teljesen új megjelenítési módszert láthatunk.

A következő kategória, amit megállapítottam az a társadalmi történésekre reagáló mémek. Ezek a mémek többnyire a társadalmat érintő szabályok megváltoztatására reagálnak és a változtatásokat érintő személyek negatív élményeit fejezik ki.



4. Ábra: Első példa a társadalmi történésekre reagáló mémekre (Forrás: https://www.reddit.com/r/meme/comments/flggg4/love_the_job/)

Az első, ebből a kategóriából kiválasztott mémem szintén angol nyelvű. A mém szövege a következő: 'Én, aki online oktatásban veszek részt', 'Az FBI ügynököm, akinek velem együtt kell részt vennie az online oktatásban'. Ez a mém még komplexebb a felépítés szempontjából, mint az előzők, ugyanis itt a szövegek is és a képek megjelenítésében is alkalmaztak új technikákat. A szöveg elemzésével kezdve azt figyelhetjük meg, hogy már nem osztható fel egy kezdeti feltevésre és egy 'végső' hírre, amely kellemetlen reakciót okoz, hanem két részre oszthatjuk a mémet: a Haroldot és az FBI ügynököt tartalmazó részre. Ebben az esetben Harold része, a mém felső része, a 'boldog' részt szimbolizálja, hiszen ő csak részt vesz az online órán,

a kellemetlen része a mémnek az FBI ügynök része, hiszen az ügynök akarata ellenére muszáj Harolddal együtt részt vegyen az online órán. Így ebben a mémben szerepcsere látható, illetve egy másodlagos jelentés is, ami arra utal, hogy mindenkit, aki a számítógépet használ, lehallgatnak az amerikai titkosszolgálattól, így ezt a helyzetet is paródiába foglalja a mém. A mémnek a képi összetételét figyelembe véve azt láthatjuk, hogy két mém van összekombinálva, a *Hide the pain Harold* mém és egy afro amerikai személy méme, akit egy FBI ügynök szerepébe állítottak a mémkészítők. Az FBI ügynökökről szóló mémeknek még rengeteg más fajtája és verziója található, de ugyanígy, egy személyt képzelnek bele egy ügynök szerepébe és társítanak hozzá vicces szituációkat, melyekkel szemléltetik a lehallgatással kapcsolatos vicceket és vicces szituációikat. Pár példát FBI ügynök mémekre be fogok illeszteni a dolgozatom 'Melléklet' fejezetébe, az érdeklődők számára. Összegzőképpen erről a mémről az mondható el, hogy az internet népe egy új stílust mutatott be ezzel a mémmel, amelyben ötvöztek két mémet és egy teljesen új szövegmegjelenítési módszert alkalmaztak az online oktatással kapcsolatos nemtetszésük és kellemetlen kényszerhelyzetük parodizálva való kifejezésére.



5. Ábra: Második példa a társadalmi történésekre reagáló mémekre (Forrás: https://www.facebook.com/hulyesegfa/photos/?ref=page_internal)

A következő, kategóriába tartozó mémem ismét magyar nyelvű, ismét két részre osztható, szöveg és kép alapján. A mém felső felén láthatjuk a szöveg szempontjából, hogy egy kijelentést tartalmaz, egy nagyszerű hírt, hogy végre megkapta Harold uraság a fizetését, ám már ekkor öröm lesz az örömből, mert elmondja, hogy el is fogyott a fizetése, mert kifizette belőle a rezsit. Ekkor pedig a kép alján reagál erre, hogy nem is fontos az egyéb a hónap során,

mint például az evés, ezt a lehangoló meglátását pedig próbálja nem negatívan értelmezni és emiatt alakul ki az arcán a szomorúságot elfedő mosoly. Ez a mém a társadalom nagy részét érintő magas megélhetési költségek vagy alacsony bérek által generált negatív életvitelt parodizálja ki. A mém képi világát figyelembe véve egy hagyományos, már előbbieken bemutatott mémsablont találunk, ámbar annyi különbséget tartalmaz ez a mém, hogy a szembesülés a kellemetlenséggel már a mém első felében megtörténik, előbbi mémekben ez a szembesülés csak a mém második felében következett be, a mém második felén pedig egy kényszermegoldást láthatunk, amelyet a kialakult helyzetre hozott meg a mémen szereplő Harold. Összegzőképpen azt lehet elmondani erről a mémről, hogy képi megjelenésében hagyományos példát követ, ám szövegi megjelenítésében újdonságot tartalmaz, továbbá szövegében egy olyan társadalmi problémát parodizál ki, amely egy közösség lakosainak nagy részének az életét befolyásolja.

A következő kategória, amibe a mémeket besoroltam az a szóviccek kategóriája, ahol a szavak felcserélésével vagy a szavak többértelműségének kihasználásával alkottak vicceket és illesztették rá a mémek sablonjaira.



6. Ábra: Első példa a szóvicceket tartalmazó mémekre (Forrás: <https://knowyourmeme.com/photos/1994272-hide-the-pain-harold>)

Az első mémem, amit példaként használok fel az nem más, mint egy orvos helyébe képzel Harold, aki egy ápolónőjével beszélget. A mém szövege magyarra felordítva úgy jönne ki, hogy: Harold: 'Siess, mondd, hogy ki a következő!', Ápolónő: 'Önnek nincsen betege/türelme!', Harold: 'Hallgass el és mond el ki a következő!'. A magyar fordításban nem érvényesül a szóvicc, mert az angol 'patient' (páciens) és 'patience' (türelem) szavakat

használták fel a szóvicc generálására, mert ennek a két szónak hasonló kiejtése van, így nagyszerűen alkalmas erre. Ebben az esetben nem különíthető el a mém szövegében egy feltevés, majd egy későbbi reakció, hanem a rossz viccek elsütése utáni nem várt, kellemetlen reakciót szemlélteti Harold erőltetett mosolya. A mém képi összetételét figyelembe véve azt figyelhetjük meg, hogy egy új környezetben és egy új személlyel van ábrázolva Harold személye, egy kórházi folyósón, egy kórházi ápolóval. Közöttük párbeszéd zajlik, ami közben elsüti Harold a fentebb már említett szóviccet. Összegzőképpen a mémről az mondható el, hogy a képi világa egy újdonságot tartalmaz, a szövegi világa pedig szintén eltér a már megszokott feltevés-reakció kapcsolattól, és egy új módszert, dialógust alkalmaz.



7. Ábra: Második példa a szóvicceket tartalmazó mémekre
(Forrás:
<https://funnyjunk.com/You+have+aged+a+minute+in+the+last+60+seconds/NkfmMAx/>)

A következő mém szintén egy kórházi szituációban zajlik, ahol a 'Meghalok a kíváncsiságtól' közmondás van kiparodizálva szóvicc formájában. A mém első képén a beteg megkérdezi Haroldtól, hogy a tegnapi vizsgálatok eredményét hozta-e el neki, mert nagyon érdeklődik az eredmények iránt és meghal a kíváncsiságtól. Talán a szóvicc ezen a mémén a 'meghalok' szó szó szerinti értelmezéséből ered, mert Harold a mém harmadik képén azt válaszolja, hogy nem csak attól, így utalva, hogy a szó képletes jelentése valósnak is bizonyul.

A mémet ismét szöveg és kép szerint elemezve azt láthatjuk, hogy az egyik legbonyolultabb a példaként felhasznált mémek között, mert három különálló jelentéssel bíró képpel és szintén három különálló szöveggel rendelkezik. Az első kép a páciensét és a hozzá tartozó szöveget szemlélteti, a második kép, Haroldot és az általa mondott pár betűt, ami megtöri a mém eddigi menetét, majd pedig a harmadik kép tartalmazza a valóságot, a szó szószerinti értelmét, amelyet Harold a páciens elé tár. Ezen a képen a mosolya fordított jelentéssel bír, hiszen nem a szomorúságot rejti el, hanem éppen az örömet, mivel Harold egy szóviccet süt el, ezen nevetni szeretne, de a helyzet komolysága érdekében nem nevet, hanem próbál komoly maradni és emiatt alakul ki az arcán látható furcsa mosoly.

Összegzőképpen azt mondhatom erről a mémről, hogy az eddigi példaként felhasznált mémek közül a legbonyolultabb szerkezetű, akár kép, akár szöveg szempontjából.

Utolsó sorban pedig beszélni szeretnék azokról a mémkeről, amelyeket Haroldról készítettek azzal a céllal, hogy egy terméket vagy szolgáltatást népszerűsítsenek.

The perfect ad doesn't exi-



8. Ábra: Első példa a marketing célra felhasznált mémekre (Forrás: <https://www.facebook.com/anaclawshairandnails/>)

Ezen a mémen azt láthatjuk, hogy egy fodrászat alkalmazta Harold arcát egy plakát elkészítéséhez. A plakátra telefonszámmal ellátott haját ragasztottak, melyeket a telefonszámok mentén tincsekre vágtak, így az érdeklődő, aki szeretne hajvágatást, letép egy tincset a telefonszámmal, így megjelenítve egy kis részletet Harold arcából. Minél több tincset 'tépnek ki Harold hajából' az emberek, annál jobban látszódni fog Harold arca és mosolya. Ez a megoldás egy nagyszerű, kreatív gerillamarketing fogásnak minősül, hiszen, akik ismerik a mém személyét, azok az emberek mindenképpen, csak a vicc kedvéért is le fognak tépni egy tincset, így népszerűsítve a fodrászatot és annak szolgáltatásait. Én személy szerint nagyon kreatívnak találom ezt a marketing megoldást, mert ha én találkoznék ilyen plakáttal,

mindenképpen elmennék ebbe a fodrászatba, hiszen, ha a plakát terén kreatívak voltak, megéri kipróbálni, hogy a fodrászat terén is ennyire kreatívak-e. Összegzőképpen a mémről azt tudom elmondani, hogy szövege és felépítése egyszerű, nincsen túlgondolva, de marketing szempontból egy kiváló példa.



9. Ábra: Második példa a marketing célra felhasznált mémekre (Forrás: <https://nlc.hu/szabadido/20210122/bernie-sanders-mem-weboldal-beiktatas/>)

Utolsó példa ebben a kategóriában ez a mém lenne, ahol a *Nők lapja* café készített egy mémet Harolddal, amikor róla írt egy cikket a magazinban. Egy egyszerű példa arra, hogy mémet készíteni bárki tud és nem szükséges bonyolult összefüggéseket kigondolni az elkészítéséhez, hanem már egy egyszerű ötlet is elég. Sajnos további példákat hasonló esetekre nem találtam, így nem tudom megtartani az utolsó kategóriánál az eddig megszokott angol-magyar összekapcsolt mémpéldákat, ám ez nem egy lényegbevágóan fontos részlet. A mémről azt lehet elmondani összegzőképpen, hogy egy egyszerű és számomra nem túl kreatív megoldást alkalmazott a magazin, amikor ezt a mémet megalkotta, hiszen az eddigi mémek felépítéséhez nem viszonyítható, ugyan egy képből áll, de a szöveg tartalma nem tartalmaz felvetést és szembesítő választ, a szöveg elhelyezése pedig nem felel meg a mémkészítés 'kritériumainak'. A Harold arcán látható mosoly talán ezt a nem megfelelő alkalmazás okozta kellemetlenséget próbálja takarni.

A következőkben áttérek az összegyűjtött mémek műfaji elemzésére, ahol első sorban típus szerint fogom elemezni, az előző részben megemlített, Horváth Dóra 2013-as mémelemzése alapján.

Elsősorban feleleveníteném azt, hogy Horváth Dóra milyen mémtípusokat nevezett meg, majd a felsorolás után megnevezem azokat a mémeket, amelyekre képes vagyok példát szemléltetni a *Hide the pain Harold* mémek közül. A összes mémtípus a következő: utat, küzdelmet, önmagunk keresését bemutató mémek; groteszk arckifejezést vagy testtartást bemutató

mémek; szöveg és zene alapú mémek; gyerekarcra vagy karakterre építő vagy örömrzést kifejező mémek; filozofikus gondolatokat, tanácsokat adó mémek; sajátos tánc mozdulatokat megjelenítő mémek; társadalmi szakadékokra irányuló mémek; vásári szócstatákra építkező mémek; eltemetett események felszínre hozására építkező mémek; hősökhöz és kapocsnak tekinthető személyekhez kapcsolódó mémek; modern emberek alakításából alkotott mémek és saját kultúrát bemutató mémek. A következőben pedig megnevezem azokat a mémtípusokat, amelyekre találtam példát a *Hide the pain Harold* mémekben. A típusok megállapítását segíti, hogy Horváth Dóra példákat is említett a felsorolásában, így nem csak szöveg alapján, hanem vizuálisan is elképzelhetem a mémeket, így megkönnyítve ezek kiválasztását. A felsorolás a következő: groteszk arckifejezéseket vagy testtartást bemutató mémek; gyerekszájra vagy karakterre építhető mémek; társadalmi szakadékokra, problémákra irányuló mémek; eltemetett eseményeket felszínre hozó mémek és kapocsként szolgáló személyekből alkotott mémek. Sorrendben haladva, elsőként a Groteszk arckifejezést bemutató mémek típusát említem meg, mert az arckifejezés képezi az összes *Hide the pain Harold* mém alapját.

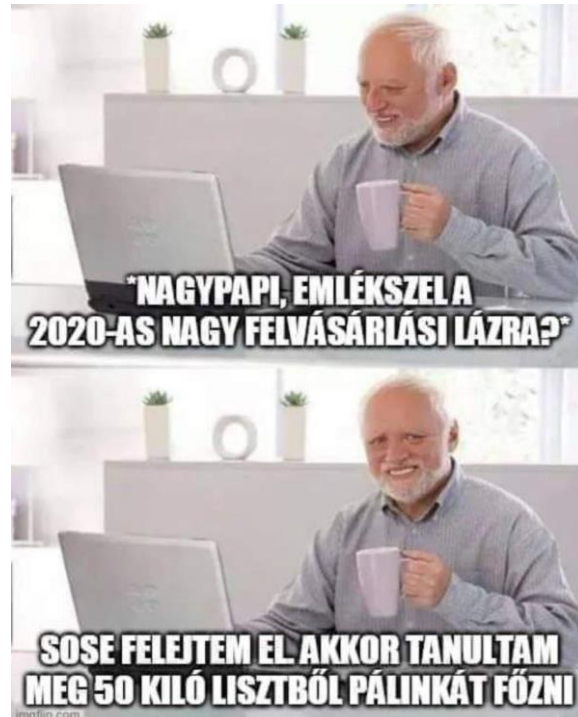
When you're made into a meme
but you ain't mad cause people
love memes



10. Ábra: Groteszk arckifejezéseket bemutató mémek (Forrás: https://www.reddit.com/r/wholesomememes/comments/9c8nqt/i_love_this_man_for_fulfilling_all_my_meme_needs/)

Ebbe a kategóriába tartozó mémet nem nehéz találni, hiszen az összes megfelel ennek a kritériumnak, így erről a kategóriáról nem sokat tudok mondani, hiszen Harold arckifejezése végig kíséri az összes róla készült képet, tulajdonképpen az egy alap mémsablon.

Sorrendben következik a gyerekszájra vagy karakterre irányuló mémek típusa, amelyet szorosan kapcsolni lehet az előző, groteszk arckifejezéseket tartalmazó mémek típusához. Ide sorolható egy másik nagyszerű, majdnem teljesen a *Hide the pain Harold* mém is, a Ridiculously Photogenic Guy mém, amelyen egy fiatal srác arca látható egy futóverseny végén. A srác arcán szintén egy vicces és sok helyzetbe beleképzelhető artikuláció látható, amelyet a mémkészítők majdnem teljesen a *Hide the pain Harold* mémekhez hasonlóan képzeltek bele különböző szituációkba.



11. Ábra: Társadalmi szakadékokra, problémákra irányuló mémek (Forrás: https://www.google.ro/url?sa=i&url=http%3A%2F%2Fwww.rademacher-berlin.de%2Fumbro-synergy-ferfi-teli-cipo-40-db-sportsporthu.html&psig=AOvVawI--Tlw_Ys0oXo9QfY1hiwK&ust=1623323331571000&)

Soron következő mémtípus a társadalmi szakadékokra, problémákra irányuló mémek. Ebbe a kategóriába illik bele az előző csoportosítás szerint már csoportosított 36 mém, ahol olyan problémákra és történésekre reagálnak az emberek a mémek segítségével, amelyek a lakosság nagy részét érintik. Például a koronavírus járvány, az emiatt elrendelt karantén, a megélhetési költségek és a fizetések közötti szakadék, munkaerőpiaci problémák és más probléma, amely megosztja a lakosság problémáit az internettel és ezen helyzetek kigúnyolása segítségével enyhít a problémák okozta kellemetlen érzések enyhítésében.



12. Ábra: Eltemetett eseményeket felszínre hozó mémek (Forrás: <https://imgflip.com/i/2u70gu>)

Következő mémtípus az eltemetett eseményeket felszínre hozó mémek típusa. Ebbe a csoportba tartoznak azok a mémek, amelyek egy már elfeledett esemény kapcsán vetnek fel új hiedelmeiket, összeesküvés elméleteket és a mém egy eszköz az ezt a problémát megvitató diszkurzusok kezdeményezéséhez. A példaként felhasznált mém a laposföld hívők elméleteire reagál, akik azt állítják, hogy a Föld lapos, Harold pedig válaszol a mémben említett laposföld hívőnek, hogy olvassa el a Bibliát, utalva a teremtés történetére, ahol részletesen le van írva, hogy hogyan teremtette Isten a világot.



WHY IS THERE A LIVING MEME
IN MY STUDENT UNION RIGHT
NOW?

13. Ábra: Kapocsként szolgáló személyekből alkotott mémek (Forrás: <https://ballmemes.com/i/hollie-spence-6m-ago-00-02-44-hide-the-pain-harold-chat-977bdac61fb0416d8cf7807572d7dffe>)

Nem utolsó sorban pedig következik a kapocsként szolgáló személyekből alkotott mémek típusa. Azért tartom indokoltnak a *Hide the pain Harold* mémek ebbe a típusba való besorolását, mert maga Harold személye, Arató András az interneten követői számára élő legenda, így egy kapocsként értelmezhető a mémek és a halandó emberek világa között. Ezt az állításom valóság alapját bizonyítja a mémet általánosan bemutató fejezetemben leírt történet, amelyben Arató András elmondja, hogy utazásai során szüksége volt testőrökre is, mert nem volt biztosítható számára a biztonsága. Hasonlították már Puskás Ferenc legendás magyar labdarúgóhoz és Gábor Zsazsa híres, magyar filmszínésznőhöz is, ami számára kimondhatatlan megtiszteltetés. Egy magyar YouTube csatornának adott interjújában elmondta, hogy az utcán is sokszor szólítják le, tisztelettel egy fénykép készítésére, amelyet sohasem utasít el, mert látja, hogy egy számára nem nehéz feladat más emberek számára leírhatatlan boldogságot okoz és amit nem utasít el senkit. A példában felhasznált mémen egy ehhez hasonló szituáció látható,

ahol egy eseményen résztvevő személy felismeri *Hide the pain Harold* személyét és a közösségi médián közzé teszi a hírt, hogy egy élő mémmel találkozott.

A következőkben rátérek a mémek forma szerinti osztályozására, amit Ray Milner 2012-ben összeállított mémtipológiája alapján fogok elvégezni. Ebben az esetben is először felsorolom a Milner által megállapított mémformákat, majd pedig megnevezem a *Hide the pain Harold* mémekre alkalmazható formákat, végül részletesen beszélek a megnevezett formai tulajdonságokról. A Ray Milner által meghatározott mémformák a következők: demotiváló képek, kép makrók, photoshopok, grafikus képek, rage comic-ok, halmozott képek, rajzok, való életből származó mémek, képernyőképek és be nem jegyzett fotók. Ezen felsorolásból a következő mémformák illenek a *Hide The pain Harold* mémekre: demotiváló képek, képmakrók, photoshopok, halmozott képek, való életből származó mémek, képernyőképek és be nem jegyzett fotók.



14. Ábra: Példa a demotiváló mémekre (Forrás: <https://it.memedroid.com/user/view/Marty123>)

Elsőként a demotiváló képekről szeretnék beszélni. Ebbe a kategóriába azok a mémek tartoznak, amelyek, névből adódóan is, a motiváció ellenkezőjét érik el, tehát nem kedvet adnak, hanem elveszik azt. Ez a megszemélyesítés egy picit talán súlyos megfogalmazás lehet, mert nem a szó szerinti elvételt jelenítik meg a mémek, hanem egy bizonytalan helyzetet mutatnak be, amelyből megszokott módon egy motiváló felszólalás adhatna kiutat, ám a mém ebben az esetben az ellenkezőjét végzi, demotivál minket. Ezen példa angol nyelvű, a következő szöveg áll rajta: 'Amikor eszedbe jut, hogy öreg vagy, ami azt jelenti, hogy

mindennek vége pár éven belül'. Ez a felirat arra utal, hogy öreg vagy, de nem azt látod, hogy milyen lehetőségek adóttak számodra, amit még megtehetsz, hanem hogy 'mindennek vége', vagyis az élethez hozzátartozó nehézségek és minden egyéb szenvedésnek vége egy pár éven belül. Végül is csak a nézőpont határozza meg ennek a mémnek a demotiváló jellegét, mert ha olyan értelmezés szerint közelítjük meg a mémet, hogy a szenvedések vége a jót jelenti, akkor a mém még motiváló célúnak is felfogható, ám ez már egy picit átrúg a 'dank meme'-ek kategóriájába. A 'dank' mémek azok a mémek, amelyek fekete humort és kellemetlen viccekkel kifejezhető humort jelenítik meg. Mivel a világon élő emberek gondolatai és kreativitása végtelen tulajdonképpen a jó ízlés és a különböző platformok szabályai szabnak határt a dank mémeknek, így feltehető, hogy ezekből a mémekből rengeteg megtalálható az interneten, még lehet nagyobb számban, mint a megszokott mémek.



15. Ábra: Makróképek (Forrás: <https://hetnap.rs/cikk/Andras-aki-nem-Harold-28320.html>)

Következő, forma alapján meghatározott mémkategória a makróképek. Ray Milner meghatározása szerint ezek a mémek vizuálisan különböznek az eddigi mémektől, a mém kép feletti szöveget tartalmaz, a szöveg pedig premisszát vagy következtetést tartalmaz. A mellékelt ábrán látható, hogy megfelel a Milneri kritériumoknak, a szöveg a kép felett található, illetve a kép alján lévő szöveg pedig tartalmazza a következtetést.

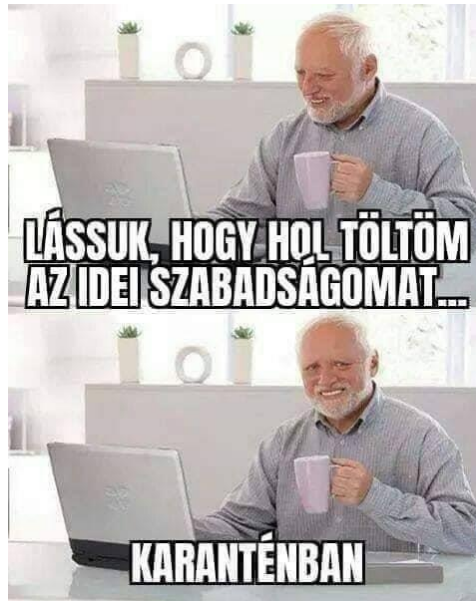
A következő kategória a photoshopok, vagyis a szerkesztett képek kategóriája. Erre a kategóriára példát találni a legegyszerűbb, hiszen nagy valószínűséggel az összes Hide tha pain Harold mém ezzel a technikával készült. A photoshopok megnevezés egy angol nyelvű átvett

szó, amelyet a szerkesztett képekre megnevezésére szoktak használni, a szavat pedig a Photoshop nevű képszerkesztő program nevéből képezték. Ezek alapján tehát az összes olyan kép, amely valamilyen képszerkesztő programmal szerkesztve lett, besorolható ebbe a kategóriába.



16. Ábra: Példa a halmozott képek kategóriájára
(Forrás: <https://me.me/i/why-are-you-hiding-the-pain-harold-a8198fd5a0a84796860499aa99fa509b>)

A halmozott képek kategóriájába azok a mémek tartoznak, amelyeken egynél több kép van megjelenítve, másnéven kollázsok is lehetnek. A mellékelt példán láthatjuk, hogy három kép látható, melyek három különböző mémről lettek összekombinálva. Egy *Hide the pain Harold*-ból, egy Shrek-ből és egy Robert Downey JR-ből készült mémet kombináltak össze egy mémkollázssá, amely alkalmas a *Hide the pain Harold* mémkategóriába sorolásra, mert a mémnek a csattanója és lényege is a *Hide the pain Harold* mémre támaszkodik, mert a mémen az látható, hogy Shrek és Robert befejeznek egy bemutatót, ám az osztály kevésbé lelkes és elégedett hangulata Harolddal van szemlélítve, akik nem szeretnének ünneprontóak lenni, így a negatív érzéseiket az erőltetett mosollyal próbálják leplezni.



17. Ábra: Példa a való életből származó mémekre
(Forrás: https://femina.hu/hazai_sztar/balint-gazda-mem/)

A való életből származó mémek kategóriájába azok a képek tartoznak, amelyek egy való életbeli eseményt jelenítenek meg vagy egy való életbeli eseményre reagálnak. Ebbe a kategóriába tartozó mémpéldaként megemlíthetném a már felhasznált mémpéldát, amelyen a megélhetési költségek és a fizetések közti különbségekre reagál a mém, de akár a a koronavírus járványra reagáló mémeket és az iskolában megírt szintfelmérőkön leírt válaszok közötti különbségekre reagáló mémeket is ide, ebbe a kategóriába sorolhatnám.

A képernyőképek csoportja a szerkesztett képek csoportjához hasonlóan egy nagyon általános csoport, egyetlen feltételt kell teljesítsen a mém, hogy ebbe a csoportba tartozzon: a képernyőn kell legyen megjelenítve, így a felhasználó ezt virtuálisan lefényképezi és a számítógép memóriájában eltárol. Ez a módszer a megosztást helyettesítő módszer, mert így kép formájában tudjuk továbbítani a mémet egy ismerősünk számára, nem szükséges egy link formájában ezt megtennünk. Ez a módszer a felhasználást is megkönnyíti, hiszen a mémet lefotózva nem szükséges letöltenünk és így tárhelyre sincsen szükségünk, egyszerűen egy billentyűkombinációval beilleszthetjük egy olyan dokumentumban, ahova szeretnénk tenni.



18. Ábra: Példa a be nem jegyzett képekre (Forrás: <https://me.me/i/when-my-parents-ask-me-what-is-a-memelord-its-1f83cc6d81e5477d8884288c35528845>)

Végző, de nem utolsó sorban pedig a be nem jegyzett képekről szeretnék beszélni. Ezek a képek készülhetnek tárgyokról, helyszínekről, eseményekről, személyekről, azzal a céllal, hogy ezeket később fel tudják használni az emberek a mémek készítésére. Ebbe a kategóriába sorolható példaként illesztettem a lap jobb oldalán látható képet, amely egy 2019-es, kievi TED konferencián készült, amiről már beszéltem előző fejezetekben. A képen Harold való életbeli személye, Arató András látható, a konferenciáról készült videóanyagból a felhasználók kivágtak egy részletet és ráillesztették az Arató András által elmondott mondattal: 'Ez egy szerep, amelyet az internet emberei adtak nekem'. Ez a képet pedig kiegészítették a mémkészítők a következő szöveggel: 'Amikor a szüleim megkérdezik, hogy mi az a mémkirály'. Ám ezt a szöveget helyettesíteni lehet lényegében bármilyen szöveggel, a fontos kritérium csak az, hogy találjon a kép alján található szöveggel.

Összegzőképpen a forma szerinti osztályozás egy dimenzió, ami szerint újra lehet értékelni a *Hide the pain Harold* mémeket, egy más szemszög, amely egy új betekintést ad ezen mém elemzésébe és felhasználási lehetőségei közé.

A következőkben Limour Shifman írásához nyúlok vissza, a 2014-es *Journal of visual culture*-hoz. Azért nevezem meg ezt a tanulmányt, mert Shifman ebben az írásában nevez meg kilenc darab mémműfajt, így az én műfaji elemzésemhez elengedhetetlen ez az írás. Itt megnevezi Shifman a következő mémműfajokat: reakció photoshopok, stock fotó karakterekről készült makrók, fotó 'divatok', népi fényképek, ikonikus fotók, 'Rage képregények', 'LolCats', újravágott előzetes bemutatók és 'ajak szinkronok' (Shifman 2014).

A *Hide the pain Harold* mémre alkalmazható mémműfajok a következők: reakció photoshopok és a fotódivatok.

A reakció photoshopok politikusok, celebek és egyszerű emberek képeiből álló gyűjteményt tartalmaznak, a fotódivatos képeken emberek bizonyos mozdulatai láthatóak.

A reakció photoshopokra nem fogok kitérni ebben a bekezdésben, mert a *Hide the Pain Harold* mémén szereplő ember, Arató András személyét bemutató képek tartoznak ide, ezekről a mémekről pedig már végeztem elemzést a munkám során.



19. Ábra: Példa a fotódivatokra (Forrás: <https://www.forumfeminarum.nl/t/ff-quiz-2019-deel-4/8912>)

A fotódivatoknak megfelelő mémek műfajára a *Hide the pain Harold* mémek sablonját tudnám felhasználni alkalmas példa képpen, mert a Harold mémek nagy részén egy hagyományos, megszokott testtartást láthatunk a mémén szereplő Arató András részéről, ahol egy világos környezetben egy bögrét tart a kezében és ül a laptop előtt. Így emiatt megfelel a műfaji kategóriának a kritériumainak és besorolható ebbe a kategóriába.

Összegzésképpen a műfaji csoportosítás ismét egy újfajta nézőpontból közelíti meg a mémeket, újabb mémcsoportokat határoz meg, ezeknek a csoportoknak viszont már kevés *Hide the pain Harold* mém a megfelelője, így csak kevés példával tudtam szolgálni az elemzések során.

Kutatási eredményeim ismertetése

Eredményként kijelenthetem azt, hogy a *Hide the pain Harold* mémek nem csak szimplán léteznek, hanem felépítésükben komplexek, elemezhető összefüggéseket tartalmaznak, tulajdonságaik pedig megfelelnek a memetikával foglalkozó tudósok által megállapított kritériumok döntő többségének. A mém memetikai és vizuális retorikai elemzése könnyen végrehajtható, mert a mém nem tartalmaz bonyolultságot a felépítésében, amely megnehezítené az elemzés végrehajtását. Az általam elvégzett elemzés során négy féle képpen elemeztem a *Hide the pain Harold* mémeket, témák, formák, típusok és műfajok szerint. Ezen csoportokba való osztályozáshoz felhasználtam három memetikai tudós gondolatait: Horváth Dóriét, Ray Milnerét és Limor Shifmanét. Mindegyikük kiemelkedő és részletes leírást készítve értékes tanulmányokat bocsátott az én rendelkezésemre, illetve az érdeklődők számára, akik ezáltal még hatékonyabban végezhetnék el a munkájukat. Leírásaikban esetenként több tucat mémtípust állapítottak meg, melyekből én kiválasztottam azokat a kategóriákat, amelyeket teljesíti a *Hide the pain Harold* mém és ez adta az államvizsga dolgozatom gyakorlati fejezetét. A három említett memetikai kutató összesen 34 memetikailag elemezhető csoport kialakítására alkalmas mémkategóriát nevezett meg, melyekből kutatásom során azt állapítottam meg, hogy a *Hide the pain Harold* mém 20 ilyen csoportba illeszthető bele, tehát több, mint felébe. Így kijelenthetem, hogy sikeresen egy olyan mémet választottam, amelyről részletes memetikai elemzést lehetett végrehajtani, így dolgozatom céljainak elérését sikeresnek mondhatom.

Általános meglátásként azt mondhatom, hogy a dolgozatom példaértékű lehet azok számára, akik a jövőben a *Hide the pain Harold* mémet szeretnék elemezni, hiszen az elvégzett munkám megfelelőnek mondható, de azon kutatók számára is, akik hasonló módon szeretnék mémeket elemezni, mert a dolgozatom egy példa, egy viszonyítási alapként is szolgálhat. Nem utolsó sorban szükségét érzem megemlíteni, hogy a dolgozatom elméleti része sem elhanyagolható, mert igyekeztem abban a fejezetben is a leglényegretörőbbben és legpontosabban megfogalmazni a különböző fogalmakat, meghatározásokat és a memetikai tudósok gondolatait, így azt a fejezetet is ajánlom a leendő memetikai kutatók, tudósok vagy elemzést végrehajtók számára.

Összefoglaló

Összegzőképpen elmondható, hogy a *Hide the pain Harold* mémek elemzéséről szóló dolgozatom felépítési és tartalmi szempontból is megfelelő, elméleti részében részletes leírás található a dolgozatom alappilléreiként szolgáló fogalmakról és meghatározásokról, empirikus fejezetében pedig kiemelkedő memetikai tudósok által meghatározott szempontok szerinti mémelemzés található, melyek alkalmasak lehetnek példaként bemutatásra vagy további kutatások elvégzésére.

Dolgozatom megírása egy új tudományos teret nyitott meg számomra, amely tele van izgalmasabbnál izgalmasabb kutatási lehetőségekkel, melyek önállóan is nagyszerű kutatási célokat állítottak fel. Úgy érzem emiatt is és amiatt is, hogy az emberek értelmezésétől függ egy kutatás végbemenetelének részletessége azt mondhatom, hogy a memetika egy kimeríthetetlen tudományág, amely az elmúlt évtizedekben olyan fejlődésen ment át, amely kialakította számára az ezen részletes tulajdonságokat. Nem utolsó sorban pedig kijelenthetem, hogy a memetika itt nem állt meg a fejlődésben, hiszen az alapját képező mémek folyamatosan fejlődnek és újabb és újabb elemezhető lehetőségeket fognak biztosítani a tudósok számára.

Kutatási eredményeimet összehasonlítva egy másik kutatással, a *Rajongók, közös alkotás és közösségi média* (Fans, Co-creation and the Social Media) címmel ellátott, 2017-es, Glózer Rita tanulmánnyal azt mondhatom el, hogy a tanulmányom mém mögött álló személyt talán nem olyan részletesen mutatja be, mint ahogy Glózer Rita a tanulmányában ezt tette, viszont úgy gondolom, hogy a mémelemzési fejezetem sokkal aprólékosabb és részletesebben a részletekbe bele menő elemzés. Elméleti része a Glózer Rita tanulmánynak különbözik az én dolgozatom elméleti részétől, ám úgy gondolom, hogy ezeket a részeket nem lehet összehasonlítani, mert attól függ a tartalmuk és a részletességük, hogy éppen a dolgozat empirikus része mivel fog foglalkozni. Mivel a *Hide the pain Harold* dal kapcsolatos dolgozatok között első helyet foglalok el, ezért nem lehetséges, hogy releváns összehasonlítást végezzek, második példa hiánya miatt. Így nem szeretnék megnevezni hasonlóságokat, különbségeket és hasznosabb részleteket, mert nem tartom hitelesnek ezen gondolatok tartalmát.

Eredményeimet úgy vélem a *Hide the pain Harold* mémekkel kapcsolatos leendőbeli kutatásokban fel lehet használni, hiszen én csak a vizuális retorika szempontjából közelítettem meg és elemzem a mémet, ám más lehetőségek még adóttak a kidolgozásra, a következő kutatást végző személyeknek. Továbbá hivatkozásra, felhasználásra és összehasonlításra is alkalmas lehet a dolgozatom eredménye, így segítséget nyújtva a hozzám hasonló kutatók

számára, akik a saját kutatásuk eredményessége érdekében több forrásból szeretnének dolgozni, információkat összegyűjteni.

Dolgozatomban a hagyományos mémeket elemeztem, de nem tértem ki a ‘dank’ mémek sajátosságaira, úgy gondolom, hogy ezen mémek műfaja is kimeríthetetlen és tökéletes vizsgálati célként felhasználható téma a jövőbeli kutatások számára. A *Hide the pain Harold* mémek nagy része a hagyományos mémek sajátosságainak felel meg, de ahogyan hagyományos mémet is pár perc létrehozni, úgy sötéthumorral rendelkező mémet létrehozni is ugyanilyen könnyű, így javaslom a kutatást fontolgató olvasó számára ezen mémműfaj elemzés ötletének megfontolását.

Bibliográfia

- Aczél Petra (2009): Új retorika, *Kalligram kiadó*, Pozsony 2009.
- Balagek (2013): Élet a mémek világában, 1. rész: A mém, *Pcguru.hu*,
<https://www.pcguru.hu/hirek/elet-a-memek-vilagaban-1-resz-a-mem/24968>
- Baliga Béla (2020): Mém – egyén – csoport.
- Boncz Imre (2015): Kutatásmódszertani alapismeretek, *journals.lib.pte.hu*,
https://www.etk.pte.hu/protected/OktatasiAnyagok/%21Palyazati/sport/Kutatasmodszertan_e.pdf
- Csordás Tamás (2018): Márkák és mémek. Egy bonyolult kapcsolat érzelmrajza, *Unipub.lib.uni-corvinus.hu*,
<https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2018.12.04>
- Fehér Katalin (N.D): Virtuális mémek és a virtuális mint mém, *Acta.bibl.u-szeged.hu*,
[10.22503/inftars.XX.2020.3.1](https://doi.org/10.22503/inftars.XX.2020.3.1)
- Glózer Rita (2016): A mémelmélet helye az újmédia kutatásában, *Apertúra*, vol. XII, 1,
<https://www.apertura.hu/2016/osz/glozer-a-memelmélet-helye-az-ujmedia-kutatasaban/>
- Glózer Rita (2020): Mémek – a világjárvány médiarítusai, *Academia.edu*, <http://doi.org/10.31176/apertura.2020.16.1.5>
- Glózer Rita (2017): Fans, Co-Creation and the Social Media – the Case of ‘Tibi atya’, *Journals.lib.pte.hu*,
<https://journals.lib.pte.hu/index.php/mm/article/view/876/746>
- Grant, Glenn (2009): Memetikus lexikon, *Szabadgondolkodo.hu*,
<http://www.szabadgondolkodo.hu/ismeretterjesztes/evolucio/memetika/memetikus-lexikon.php>
- Horányi Özséb (2013): A sokoldalú kép, *Typotex kiadó* Budapest 2003.
- Horváth Dóra, Ariel Mitev (2016): Internet Memes: The Meteorites of the Online World Spontaneous Online World. Spontaneous Online Content with Corporate Relevance: Current Research and Implications for Marketers, *Researchgate.net*,
https://www.researchgate.net/publication/312183597_Internet_Memes_The_Meteorites_of_the_Online_World_Spontaneous_Online_Content_with_Corporate_Relevance_Current_Research_and_Implications_for_Marketers

- Hubbes László Attila (2020): Apocalyptic Memes between Serious and Derisory, *Academia.edu*,
[https://www.academia.edu/44124634/Apocalyptic Memes between Serious and Derisory](https://www.academia.edu/44124634/Apocalyptic_Memes_between_Serious_and_Derisory)
- Hubbes László Attila, Tamás Dénes (2016): Szemiotika, a jel tudománya, <http://jelkepesseg.wordpress.com>
- Huntington, Heidi E. (2013): Subversive Memes: Internet Memes as a Form of visual Rethoric, *Academia.edu*,
[https://www.academia.edu/5415739/Subversive Memes Internet Memes as a Form of Visual Rhetoric](https://www.academia.edu/5415739/Subversive_Memes_Internet_Memes_as_a_Form_of_Visual_Rhetoric)
- Kiss Tímea (2013): Elmevírusok a világhálón, *Szegedi Egyetemi Magazin*,
<https://u-szeged.hu/sztemagazin/kultura/elmevirusok-vilaghalon>
- Michele, Knobel (2016): Memes and affinities: Cultural replication and literacy education, *Researchgate.net*,
[https://www.researchgate.net/profile/Colin-Lankshear/publication/249902174 Memes and affinities Cultural replication and literacy education/links/00b495343791f6ab3e000000/Memes-and-affinities-Cultural-replication-and-literacy-education.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Colin-Lankshear/publication/249902174_Memes_and_affinities_Cultural_replication_and_literacy_education/links/00b495343791f6ab3e000000/Memes-and-affinities-Cultural-replication-and-literacy-education.pdf)
- Miltner, Kate M. (2014): “There’s no place for lulz on LOLCats”: The role of genre, gender, and group indetity in the interpretation and engoyment of an Internet meme, *Academia.edu*,
<https://doi.org/10.5210/fm.v19i8.5391>
- Miltner, Kate M. (2017): Internet memes, *Academia.edu*,
<http://dx.doi.org/10.4135/9781473984066.n23>
- Németh Gabriella (2018): A retorikai – szemiotikai elemzés – paradigmák metszetében, *Phd.lib.uni-corvinus.hu*,
[http://phd.lib.uni-corvinus.hu/1039/4/Nemeth Gabriella ten.pdf](http://phd.lib.uni-corvinus.hu/1039/4/Nemeth_Gabriella_ten.pdf)
- Pamkutya (2020): Találkoztunk Hide the Pain Harolddal!, *YouTube.com*,
https://www.youtube.com/watch?v=99BIP_ARcuY&ab_channel=PamKutya
- Pléh Csaba (1998): Számítógép és szmélyiség, *Replika*, vol. 30.
- Pölcz Róbert (2016): Internetes mémek, vírusok, (poszt?)memetika – rövid kutatástörténeti bevezető, *Apertúra*, vol. XII, 1,
<https://www.apertura.hu/2016/osz/polcz-internetes-memek-virusok-posztmemetika-rovid-kutatastorteneti-bevezeto/>

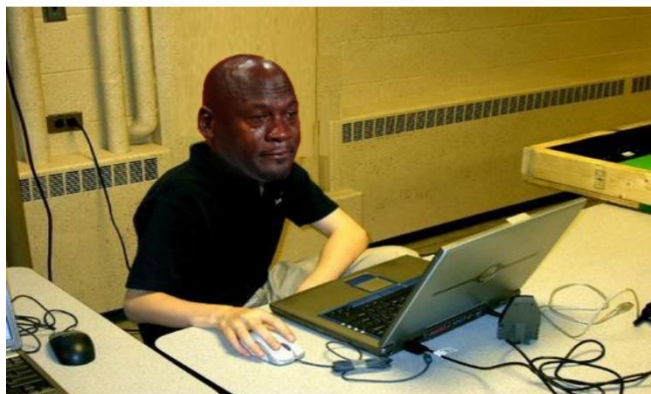
- Sanya, Kumar Aitwani (2018): Taking Internet memes Seriously – A Literature Review, *Researchgate.net*,
https://www.academia.edu/38491333/Taking_Internet_Memes_Seriously_A_Literature_Review
- Sara, Cannizzaro (2016): Internet memes as intelligent signs: A semiotic view of digital culture, *Sign System Studies*, <http://dx.doi.org/10.12697/SSS.2016.44.4.05>
- Shifman, Limor (2016): Az internetes mémek definiálása, *Apertúra*, vol XII, 1,
<https://www.apertura.hu/2016/osz/shifman-az-internetes-memek-definialasa/>
- Shifman, Limor (N.D): The Cultural Logic of Photo-Based Meme Genres,
Journals.sagepub.com,
<https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1470412914546577?fbclid=IwAR38Bf47o1i2kCGD3p4wDXCJhdmBRTkHI8gA3hkmWFPPF3EUUwh0HbR02Ck>
- Susan, Blackmore (2001): A mémgépezet, *Magyar Könyvklub* 2001.
- TEDx Talks (2018): Waking up as a meme-hero / Andras Arato / TEDxKyiv,
YouTube.com,
<https://www.youtube.com/watch?v=FScfGU7rQaM>
- The Rethoric of Memes:
<https://sites.google.com/a/umich.edu/the-rhetoric-of-memes/>
- Veszelszki Ágnes, Horváth Dora, Ariel Mitev (2013): Egy kiállítás mémei: a mémek megosztásának és interpretálásának fogyasztói élményvilága, *Researchgate.net*,
https://www.researchgate.net/publication/303287042_Egy_kiallitas_memei_a_memek_megosztasanak_es_interpretalasanak_fogyasztoi_elmenyvilaga
- Vörös Miklós & Nagy Zsolt (N.D): Kultúra és politika a mindennapi életben. Bevezetés a kritikai kutatásba, *Scripta.c3.hu*,
<http://scripta.c3.hu/scripta0/replika/1718/voros.htm>
- Wiggins, Bradley E. & Bowers, Bret (2016): A mémek, mint műfaj: a struktúraelmélet alkalmazása a mémelemzésben, *Apertúra*, vol. XII, 1,
<https://www.apertura.hu/2016/osz/wiggins-bowers-a-memek-mint-mufaj-a-strukturacioelmelet-alkalmazasa-a-memelemzesben/>

Mellékletek



20. Ábra: Első példa az FBI ügynökös mémekre (Forrás: <https://es.memedroid.com/memes/detail/3023845/Title>)

Me paying 30k for online classes:



My FBI agent getting paid to take the same classes:



21. Ábra: Második példa az FBI ügynökös mémekre (Forrás: <https://xn--13614-9ra.biz/bd476u1y?key=0f22c1fd609f13cb7947c8cabfe1a90d&submetric=14920667>)

My FBI agent watching me spend
Christmas alone making memes for you
guys to spread what little joy I can to others



22. Ábra: Harmadik példa az FBI ügynökös mémekre (Forrás: <https://knowyourmeme.com/photos/1681578>)