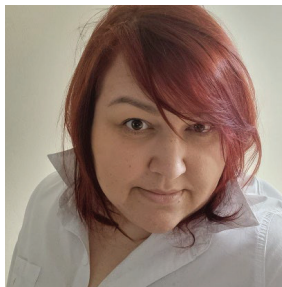




Ernesta Vitkutė – Klaipėdos universiteto Socialinių ir humanitarinių mokslų fakulteto Filologijos katedros bakalaurė
Moksliniai interesai: tradicinis ir šiuolaikinis folkloras, etniniai procesai
El. paštas: ernesta.vitkute@gmail.com

Ernesta Vitkutė – BA, Department of Philology, Faculty of Social Sciences and Humanities, Klaipėda University
Research interests: traditional and contemporary folklore, ethnic processes
E-mail: ernesta.vitkute@gmail.com



Kristina Blockytė-Naujokė – humanitarinių mokslų daktarė, Klaipėdos universiteto Socialinių ir humanitarinių mokslų fakulteto Filologijos katedros mokslo darbuotoja
Moksliniai interesai: etnologija, folkloras, etninė kultūra, papročiai, kalendorinės šventės
El. paštas: kristina.blockyte-naujoke@ku.lt

Kristina Blockytė-Naujokė – doctor of humanities (ethnology), researcher in the Department of Philology, Faculty of Social Sciences and Humanities, Klaipėda University
Research interests: ethnology, folklore, ethnic culture, customs, calendar holidays
E-mail: kristina.blockyte-naujoke@ku.lt

Ernesta Vitkutė, Kristina Blockytė-Naujokė

Klaipėdos universitetas

JUODASIS HUMORAS ŠIUOLAIKINĖJE KULTŪROJE: MEMŲ PAVYZDYS

Anotacija

Informacinėms technologijoms tampa didžiu žmonių gyvenimo dalimi, į internetinę erdvę persikelia ir įvairūs tautosakos žanrai. Senieji folkloro žanrai prisitaiko prie žmonių gyvenimo pokyčių ir sėkmingai plinta internetinėje erdvėje, o juodojo humoro žanrai internete atspindi visuomenę, aktualias problemas, stereotipus, skandalus, taip pat realias gyvenimiškas situacijas. Straipsnyje siekiama ne tik suklasifikuoti *memus* (komiškus kultūrinės informacijos vienetus), bet ir įrodyti jų aktualumą bei populiarumą šiuolaikinėje visuomenėje. Straipsnyje aprašomi skirtingų grupių *memai* surinkti iš 13 internetinių šaltinių. Analizuojami kūriniai grupuojami pagal jų populiarumą ir sklaidos trukmę virtualioje aplinkoje (populiariausi, tendenciniai), o tarp populiariausių šio žanro pavyzdžių išskiriami gerbėjų sukurti ir politiniai memetikos kūriniai.
PAGRINDINIAI ŽODŽIAI: internetas, juodasis humoras, *memas*, tautosaka.

Abstract

As information technology is becoming a huge part of people's lives, various genres of folklore are moving online. Old folklore genres are adapting to the changes in people's lives and are successfully spreading in the online space, while black humour genres on the Internet reflect society,

current issues, stereotypes, scandals, and real-life situations. The aim of the article is not only to classify memes (comic units of cultural information), but also to show their relevance and popularity in contemporary society. The paper describes 15 different groups of memes collected from 13 online sources. The analysed works are grouped according to their popularity and the length of their dissemination in the virtual environment (popular, tendentious), and from the most popular examples of this genre, fan-made and political memetic works are distinguished.

KEY WORDS: Internet, black humour, meme, folklore.

DOI: <https://dx.doi.org/10.15181/rh.v31i0.2588>

Į v a d a s

Šiuolaikinė tautosaka yra labai platus, įdomus ir visapusiškas visuomeninis reiškiny, kuris net ir šiais laikais atspindi šiandienio žmogaus gyvenimą. Vis labiau modernėjant pasauliui, folkloras taip pat persikelia į virtualią erdvę, kur įgyja vis naujesnių, šiuolaikiškesnių formų. Dabartiniiais laikais beveik visus tautosakos žanrus galima lengvai pasiekti internete: jų gausu įvairiuose socialiniuose tinkluose, forumuose, įvairūs šių kūrinių variantai plačiai keliauja iš vienos elektroninio pašto dėžutės į kitą. Viena populiariausių šiuolaikinių folkloro rūšių yra *memai*. „Lietuvių kalbos naujažodžių duomenyne“ pateikiamas toks šio termino apibrėžimas: „*memas* – komiškas kultūrinės informacijos vienetas (paprastai nuotrauka ar piešinys su tekstu), sparčiai plintantis ir platinamas internete“ (žr. <https://byt.lt/8UnBM>). Manoma, jog šie tautosakiniai kūriniai sulaukia tokio didelio populiarumo, nes tapo būdu laisvai reikšti savo nuomonę įvairiose srityje: *memais* analizuojamos visuomenės, politikos problemos, atkreipiamas skaitytojų dėmesys į žymius žmones, populiariosios kultūros skandalus.

Tyrimo problema ir aktualumas. Straipsnis skirtas išanalizuoti ir suklasifikuoti internete randamus *memus*. Kadangi skaitmeninė tautosaka folkloristų vertinama gana kritiškai, *memai* yra mažai tyrinėta sritis. Jų analizei problemų kelia nuolatinė žanrų kaita: internete publikuojamus kūrinius yra labai sunku fiksuoti. Taigi čia pateikiama *memų* klasifikacija turėtų padėti suprasti juodojo humoro, kaip žanro, vietą šiuolaikinėje tautosakoje. Straipsnio aktualumą stiprina šio žanro variantų gausa ir atliktas interneto naudotojų tyrimas, kurio metu išsiaiškintas didžiulis memetikos kūrinių paplitimas tarp įvairaus amžiaus žmonių. Straipsnyje siekiama ne tik pateikti šių kūrinių klasifikaciją, bet ir įrodyti jų populiarumą visuomenėje.

Straipsnio *tikslas* – išanalizuoti populiariausią skaitmeninės tautosakos žanrą – *memus* ir pateikti šių kūrinių klasifikaciją.

Siekiant tikslo išsikeliama šie uždaviniai:

1) aptarti internetinės tautosakos bei juodojo humoro tekstų reikšmę visuomenėje;

- 2) remiantis moksline literatūra ir atlikto kiekybinio tyrimo duomenimis, iš-tirti *memų* populiarumą šiuolaikinėje visuomenėje;
- 3) išrinkti ir susisteminti *memų* pavyzdžius internetinėje erdvėje;
- 4) suklasifikuoti ir aprašyti tiriamus *memų* pavyzdžius pagal juodojo humoro žanro reikalavimus.

Tyrimo *metodai*: mokslinių šaltinių analizė, anketa – kiekybinis duomenų rinkimo metodas, sisteminis, analizės, aprašomasis metodai. Mokslinių šaltinių analizės metu išnagrinėti iki šiol atlikti juodojo humoro ir *memų* tyrimai. Kiekybinio duomenų rinkimo metodu nustatytas memetikos kūrinių populiarumas tarp skirtingų amžiaus grupių, populiariausi jų šaltiniai. Sisteminimo metodas taikomas atrinktai medžiagai klasifikuoti pagal žanrus. Aprašomuoju metodu ap-tariami tiriami pavyzdžiai.

Tyrimo duomenys ir metodika. *Memų* buvo ieškoma internete. Virtuali erdvė tam yra itin palanki: čia galima ne tik dalytis savo nuomone ir bendrauti su nepažįstamais žmonėmis, bet ir skelbti savo kūrybą, kuri, jei tik atitinka pa-grindinius tautosakos bruožus ir yra aktuali visuomenei, tuojau tampa liaudies kūrybos dalimi ir plinta skirtingais variantais įvairiausiuose interneto portaluose. Analizuojamų *memų* išskirtinumas yra anonimiškumas – jų autoriai dažniausiai viešai neprisistato, taip savo kūrybą dar labiau susiedami su tradiciniais tautosako kūrinių.

Atkreipiant dėmesį į straipsnio problematiką, aktualumą ir uždavinius, 2022 m. buvo parengtas klausimynas *Juodojo humoro tautosakos žanrų popu-liarumas internete*. Tyrimo metu apklausta 121 įvairaus amžiaus respondentas. Apklausos metu ištirtas didelis *memų* populiarumas, išsiaiškinta, kokio amžiaus žmonės dažniausiai šiuos juokelius kuria, kokiuose interneto portaluose juos pa-stebi ir publikuoja.

Didžiausia dalis apklaustųjų patenka į 19–25 metų amžiaus grupę (55 %), todėl galime daryti prielaidą, kad tiriamieji tautosakos žanrai yra populiariausi tarp jaunų žmonių. Tyrimo metu nustatyta, kad tik 44,6 % apklaustųjų žino, kas yra internetinė tautosaka, nors net 62 % vėliau teigia, kad su šiais folkloro žanrais susiduria kiekvieną dieną, o 17,4 % apklaustųjų – dažniau nei kartą per savaitę. Atlikus tyrimą taip pat buvo pastebėta, kad tam tikrų tautosakos žanrų popula-riumas priklauso nuo respondentų amžiaus. Šie duomenys pateikti 1 lentelėje.

Tyrimas atskleidė, kad *memai* yra teigiamai vertinami apklaustųjų – pagal penkiabalę sistemą jų vertinimas siekia 4,04 balų. Respondentų teigimu, šiuos internetinės tautosakos kūrinius jie dažniausiai aptinka socialiniuose tinkluose *Facebook* (34,2 %), *Instagram* (27,5 %), *TikTok* (24,8 %) ir interneto puslapiuose *Reddit* (7 %) bei *9gag* (3,5 %). Vos 1 % apklaustųjų teigė išvis nepastebintys šių tautosakos žanrų interneto erdvėje. Likę įvardija kitas svetaines ir socialinius

tinklus (*Messenger, Snapchat, blevyzgos.lt* ir kt.). Iš apklausos rezultatų matyti, kad nors daugelis žmonių ir nesuvokia internetinės tautosakos apibrėžimo, tačiau *memus* puikiai žino, teigiamai vertina ir aktyviai dalijasi populiariausiuose socialiniuose tinkluose ir tinklalapiuose.

1 lentelė

Internetinės tautosakos žanrų populiarumas pagal respondentų amžių

Amžius	Žino, kas yra <i>memai</i>	Dalijasi šiais kūriniais	Patys kuria <i>memus</i>
9–11 m.	100 %	100 %	66,7 %
12–15 m.	61,1 %	83,3 %	0 %
16–18 m.	100 %	100 %	60 %
19–25 m.	92,5 %	95,5 %	29,9 %
26–35 m.	81,8 %	100 %	18,2 %
36–45 m.	28,6 %	100 %	0 %
46–60 m.	33,3 %	83,3 %	0 %

Literatūros ir šaltinių apžvalga. Straipsnyje daugiausia remiamasi moksliniais straipsniais apie internetinį folklorą, juodojo humoro ir vaikų folkloristikos tyrimais. Apie tautosakos persikėlimą į interneto erdvę vienas pirmųjų rašė Virginijus Savukynas (2003) bei Jūratė Šlekonytė (2020). Šie mokslininkai teigė, kad internetinis folkloras sudaro atskirą tautosakos rūšį, pabrėžė, kad ją būtina tirti. Priežastis, kodėl žmonės juokiasi iš juodojo humoro kūrinų, aprašė Rodas A. Martinas (2007), o nepadorius juokelius vaikų kūryboje kolektyvinėje monografijoje analizavo Laima Anglickienė, Gražina Skabeikytė-Kazlauskienė, Jurgita Macijauskaitė-Bonda, Dovilė Kulakauskienė ir Ingrida Šlepavičiūtė (2013). Kol kas *memų* tema nėra plačiai tyrinėta. Žinomi tik trys memetikos tyrimai: Miglės Grigaitės „Internetinė kultūra: sociologijos *memų* atvejis“, Simonos Makūnaitės „Naujojo internetinės tautosakos žanro *memo* kilmė ir raiška“ (2016) bei Ernestos Vitkutės „Internetinis folkloras: juodojo humoro žanrai ir jų ištakos“ (2023). Dėl šios priežasties straipsnyje taip pat remiamasi ir užsienio autorių darbais. Pavyzdžiui, *memų* atsiradimą ir populiarumą aprašė Alice Marwick (2013), į jų sklaidą interneto erdvėje gilinosi Aharonas Kantorovichius (2013), o šiuos kūrinius kaip internetinės tautosakos žanrą aprašė Anneli Baran, Pekka Hakamiesas ir Anne Heimo (2019).

Dauguma *memų* yra surinkti iš socialinių tinklų (*Facebook, Instagram*) grupių ir puslapių: *Zeureimocnasinsta, Aletumeme* ir kt. Kita didelė dalis pavyzdžių rasti pramoginio turinio interneto puslapiuose: *9gag.com; reddit.com* ir kt. Likusių kūrinių šaltiniai yra skirtingo pobūdžio, pavyzdžiui, internetiniai diskusijų forumai (*demotyvacijos.tv3.lt*). Skirtingų šaltinių gausa rodo šių kūrinių paplitimą šiandieninėje visuomenėje – forume anonimiškai pasidalytas *memas* gali greitai išplisti socialiniuose tinkluose, o iš jų patekti į žiniasklaidą, televizijos laidas ar vaizdo tinklaraštininkų turinį.

Internetinės tautosakos reikšmė šiuolaikinėje visuomenėje

Visuomenei modernėjant, folkloras ėmė prarasti savo aktualumą. Žmonės nustojo gilintis į tradicijas, nebesidomėjo liaudies kūryba. Didžiulių pokyčių pasaulyje sukėlė interneto teikiamos galimybės. Pastebima, kad žmonės virtualioje erdvėje ėmė daryti viską, ką iki šiol veikė realybėje: internetas tapo įrankiu bendrauti, rūpintis artimaisiais, ginčytis, mokytis, apsipirkinėti ir ieškoti įvairiausių būdų, kaip išreikšti save. Informacinės technologijos taip pat turėjo daug įtakos ir folkloro aktualumui: nepaisant vyravusios nuomonės, kad tautosakos ateitis neaiški, būta folkloristų, kurie tikėjo, jog internetas ne tik nesumažins liaudies kūrybos svarbos, bet taps puikia jos kūrimo priemone. Pavyzdžiui, Alanas Dundesas jau 8-ojo dešimtmečio pabaigoje manė, kad informacinių technologijų plėtra suteiks naujų ir įdomių galimybių liaudies pasakojimų sklaidai ir kūrybai. Kitą dešimtmetį Barbara Kirshenblatt-Gimblett patikino folkloristus, kad informacinės technologijos nesunaikins žodinės kultūros, o taps jos pagrindu (Heimo ir Koski 2014, 4). Ilgainiui buvo pastebėta, kad internetinė sklaida ne skatino tautosakos išnykimą, o atvirkščiai – padėjo jai plisti. Pirmajame šiai temai skirtame straipsnių rinkinyje „Folklore and the internet“ (2009) Trevoras Blankas siūlo tokį internetinės tautosakos apibrėžimą: „Kūrybiškumo išraiška, pasireiškianti nesuskaičiuojama daugybe skirtingų formų ir tarpusavio sąveikų, išreikšta atskirų asmenybių ir jų bendruomenių“ (Blank 2009, 6).

Dėl socialinės žiniasklaidos įtakos skaitmeninė erdvė tapo aktyvaus dalyvavimo aplinka: žmonės, kurie anksčiau buvo tik interneto vartotojai, tapo virtualios bendruomenės nariais ir kūrėjais. Imta drąsiai dalytis savo nuomone, mintimis, vaizdo įrašais, nuotraukomis, asmeniniais prisiminimais ir pan. Henry Jenkinsas tokį vartotojų įtraukimą į internetinę erdvę vadina dalyvavimo kultūra. Jis teigia, kad toks kultūrinės veiklos būdas panaikina skirtumą tarp mėgėjų ir profesionalų, vartotojų ir kūrėjų, paprastų žmonių ir pagrindinių vartotojų (Jenkins ir kt. 2006, <https://shorturl.at/hirtR>). Internetu bendruomenės paprastai formuo-

jasi iš bendraminčių tinklo vartotojų, kurie aktyviai dalyvauja įvairių tinklaraščių diskusijose, rašo tinklaraščius, dalyvauja forumų ir socialinių tinklų veikloje. Įsitraukimas į virtualias grupes interneto vartotojams suteikia galimybę ne tik bendrauti su žmonėmis, bet ir skatina tapti aktyviu tautosakos kūrinį gerbėju ar net kūrėju. Tai lėmė ir moderniojo folkloro populiarumą: įvairiuose pokalbių forumuose, socialiniuose tinkluose ar tiesiog elektroniniu paštu ėmė plisti įvairiausi anoniminiai kūriniai, kurie pagal funkciją ir apibrėžimą galėtų būti laikomi šiuolaikinės tautosakos pavyzdžiais. Memetikos kūriniai visiškai atitiko pagrindinius tautosakos bruožus, neturėjo autorystės ir išsiskyrė variantų gausa. Šią situaciją labai išsamiai aprašo V. Savukynas: „Internetinis folkloras gyvas tik tol, kol yra siuntinėjamas iš vienos pašto dėžutės į kitą. <...> Šis bruožas dar labiau priartina prie „tradicinio“ folkloro – juk jis gyvuoja tol, kol egzistuoja bendruomenė, kuri iš kartos į kartą perduoda savo pasakojimus, dainas ir juokus. Kaip ir „tradicinio“ folkloro, taip ir internetinio folkloro likimas priklauso nuo tų, kurie jį perduoda“ (Savukynas 2003, <https://rb.gy/fm8c4>). Taigi galima teigti, jog internetinės bendruomenės aktyvumas lėmė, kad tautosakos kūriniai nepraranda aktualumo ir šiais laikais: senieji folkloro žanrai prisitaiko prie žmonių gyvenimo pokyčių ir toliau nenumaldomai plinta bei keičiasi.

Juodojo humoro samprata ir funkcijos

Keičiantis epochoms, kito ir humoro samprata. Pavyzdžiui, antikinėje visuomenėje humoras reiškė medicininį terminą, apibrėžiantį svarbiausius žmogaus organizmo skysčius: kraują, flegmą, juodąją ir geltonąją tulžį (Bandoriūtė 2014, 164). Šie žmogaus kūno rodmenys būdavo laikomi tinkamu aspektu vertinti asmens fizinę ir psichinę būklę. XVI a. humoras pradedamas sieti su asmens nuotaika ir charakterio ypatybėmis: išskiriamas žmogaus keistumas, išskirtinumas bei gebėjimas juokinti kitus (Bandoriūtė 2014, 164). Šiais laikais humoro jausmas apibrėžiamas kaip žmogaus sugebėjimas emociškai reaguoti į matomų reiškinių, situacijos komiškumą ir siejamas su žmogaus mokėjimu suvokti visuomenėje vyraujančius prieštaravimus (Psichologijos žodynas 1993). Nors *humoro* sąvoka įvairiais laikotarpiais keitėsi, akivaizdu, kad tai yra didžiulė žmogaus gyvenimo dalis, kuri savitai reiškiasi įvairiausiais būdais: garsu, vaizdu, klausa, tam tikrais ritualais, kultūriniame lygmenyje ir kt. Dėl šios priežasties didelę internetinės tautosakos žanrų dalį sudaro įvairiausi humoristiniai tekstai, kuriuose juokiamasi iš tuo metu aktualių dalykų: šmaikščių dažnai pasikartojančių situacijų, žymių asmenų, neįprasto žmogaus ar gyvūno elgesio ir t. t. Neretai humoru stengiamasi atkreipti dėmesį į tam tikras visuomenės problemas, pasaulyje vykstančią neteisybę. Tyrimuose pastebima labai įvairių *humoro* sąvokos aiškinimų ir interpreta-

cijų. Pavyzdžiui, Victoras Raskinas (2008) tyrė istorinę humoro kilmę, o Avneris Zivas (2010) analizavo jo poveikį žmogui ir pagrindines humoro funkcijas. George E. C. Patonas, Chrisas Powellas ir Stephenas Waggas (1996), remdamiesi įvairių šalių tradicijomis, lygino jų humoro sampratą skirtingose kultūrose, o Rita Repšienė bei Laima Anglickienė (2012) gilinasi, kuo humoras siejasi su kultūriniais ir etniniais stereotipais.

Šiuolaikinėje visuomenėje itin populiarūs juodojo humoro tekstai. Įvairiausi nepadorūs juokeliai interneto erdvėje pasirodo visokiomis formomis ir žanrais: siaubaraštukais, anekdotais ir šmaikščiais paveikslėliais ar vaizdo įrašais, kurie imti vadinti *memais*. Tačiau kodėl žmonės noriai juokiasi iš nepadorių, žiaurių ir tragiškų temų? Teorijų ir tyrimų yra įvairių. Pavyzdžiui, Rodas A. Martinas aiškina, jog „individai, kurie linkę gyvenime slopinti seksualumą ir agresiją, dažniausiai juokauja nepatogiomis temomis, jausdami pasitenkinimą ir savotišką iškrovą“ (Martin 2007, 42). Šiuo būdu juokas gali padėti išreikšti savo jausmus, kuriuos realiame gyvenime žmogus yra pratęs užgniaužti. Tokiam asmeniui nešvankūs juokeliai gali tapti puikiu saviraiškos ir išlaisvinimo įrankiu, padedančiu „nuleisti garą“, nusiraminti. Kita vertus, juodasis humoras kiekvienam lyg ir suteikia teisę garsiai kalbėti įvairiomis temomis, kurios visuomenėje vis dar sukelia diskomfortą ir nemalonias emocijas. Tai puikiai rodo šių juokelių vartoseną vaikų kalboje. Pavyzdžiui, Arthuras Asa Bergeris pripažįsta, kad „vaikams gali būti malonios analinės temos ir džiaugsmo teikia ne visai padorus humoras“ (Berger 2017, 102). Dėl jaunatviško naivumo ir visuomenės normų nesuvokimo vaikai nuoširdžiai domisi tomis temomis, kuriomis suaugę žmonės vengia garsiai kalbėti. Taip pat pastebima, kad vaikams būdingos juodojo humoro juokavimų temos priklauso ir nuo jų amžiaus. Monografijoje išskiriami du skirtingi vaikų juodojo humoro taikymo tipai: 6–9 metų vaikai dažniau juokiasi iš juokelių, susijusių su jų analine anga ir fekalijomis, o vyresniems, 10–14 metų, jaunuoliams priimtinesni erotiniai ir seksualiniai juokeliai (Anglickienė ir kt. 2013, 91–92). Tačiau juodojo humoro supratimas gali būti siejamas ne tik su žmogaus amžiumi, emociine būkle ar užsispyrimu, bet ir su intelektu. Galima teigti, kad įvairiomis nepatogiomis temomis gali būti juokaujama dėl skirtingų priežasčių: vieni žmonės taip išreiškia savo užslėptus jausmus, kiti tokiu būdu išsilaisvina iš visuomenės normų ir taisyklių.

Taigi galima teigti, jog internetinė tautosaka folkloristų yra vertinama dvejopai: vieni teigia, kad internetas yra vieta, kurioje tradicinis folkloras tiesiog perpublikuojamas, kitų nuomone, skaitmeninė tautosaka sudaro atskirą tyrinėjimų grupę. Nepaisant to, internetinės bendruomenės aktyvumas lėmė, kad ir šiais laikais tautosaka nepraranda aktualumo, o senieji folkloro kūriniai ne tik persikelia į virtualią erdvę, bet atsiranda ir naujų, prie šiuolaikinio žmogaus gy-

venimo prisitaikančių folkloro žanrų. Nors humoras yra nepamainoma žmogaus gyvenimo sritis, kiekvienas asmuo jį gali suprasti skirtingai: juokelis, priverčiantis vieną adresatą garsiai kvatoti, kito klausytojo gali iš viso nepaveikti, arba atvirkščiai – sukelti pasipiktinimą. Tai lemia skirtingos visuomeninės pažiūros, tikėjimai, kultūros ar išsilavinimo skirtumai. Tokių prieštarų minčių neretai sulaukia juodojo humoro žanrai. Nors žmonės kūrinius, kuriuose nevengiama nepadorių, žiaurių ir tragiškų temų, vertina įvairiai, pastebima, kad juodojo humoro juokeliai yra naudingi žmogaus psichikai – padeda kontroliuoti emocijas, pagerina emocinę būklę ir leidžia išsilaisvinti iš visuomenėje paplitusių taisyklių. Taigi, galima daryti išvadą, kad humoristinių liaudies kūrybos tekstų reikšmę visuomenei rodo juodojo humoro tautosakos prisitaikymas prie šiuolaikinio žmogaus poreikių: tradiciniai folkloro kūriniai adaptuojasi ir plinta interneto erdvėje, tokiu būdu sukurdami naują tautosakos rūšį – internetinį folklorą.

Memų klasifikavimas ir pavyzdžiai

Tautosakai persikeliant į virtualią erdvę, internete galima pastebėti publikuojamus ne tik tradicinius tautosakos kūrinius, bet ir naujuosius folkloro žanrus. Pasak J. Šlekonytės, „nors baimintasi, kad šiuolaikinėje visuomenėje folklorinė tradicija pasmerkta žlugti, netrukus paaiškėjo, kad ji tiesiog prisitaikė prie populiariosios kultūros sąlygų. Tai ypač akivaizdu internetinėje terpėje, kurioje radosi įvairių folkloro apraiškų“ (Šlekonytė 2020, 152). Tradicinis folkloras į internetą patenka iš žmonių atminties ir dažniausiai yra pastebimas įvairiausiuose pramoginiuose puslapiuose, pokalbių forumuose ir asmeniniuose tinklaraščiuose. Naujųjų tautosakos žanrų galima aptikti ir socialiniuose tinkluose (*Facebook*, *Instagram*), specialiai tam pritaikytuose puslapiuose (*Reddit*, *9gag* ir kt.), be to, žmonės dažnai asmeniškai jais dalijasi žinutėmis su savo artimaisiais.

Memai – vieni populiariausių internetinės tautosakos žanrų. Paradoksalu, bet šis internetinės tautosakos žanro terminas atsirado kur kas anksčiau nei pats internetas. Dar 1976 m. šią sąvoką pirmasis pavartojo Richardas Dawkinsas, taip apibūdindamas tuo metu visuomenėje populiarius kultūrinius vienetus (melodijas, idėjas, madingus posakius, drabužių madas ir kt.) (Marwick 2013, 12). Jis išskyrė tris svarbiausias *memų* funkcijas: lengvą variantų kūrimą, populiarumą bei temų ilgaamžiškumą ir šiuos žanrus prilygino genų vystymuisi. Kaip ir genai, *memai* yra apibrėžiami kaip replikatoriai, kurie dėl žmonių dėmesio konkuruoja tarpusavyje, kol aktualiausi variantai išpopuliarėja internete. Bėgant laikui, ši sąvoka nemenkai pakito: iš pradžių laikytas biologiniu terminu, *memas* greitai prigijo už akademinės srities ribų, tapdamas vienu ryškiausių internetinio folkloro žanrų (Hakamies ir Heimo 2019, 15). *Memų* populiarumas yra apibrėžiamas trimis pagrindiniais etapais: pirma – naujų kūrinių atsiradimas, antra – neaktualių

memų atmetimas ir galiausiai sėkmingų kūrinių sklaida internete (Kantorovich 2013, 7).

Šiuolaikinių *memų* formatų yra įvairių: vaizdo įrašai, piešiniai, judantys paveikslėliai (angl. *gif*), garso įrašai ir dažniausiai – fotografijos su humoristiniu, o kartais net saviironišku priedašu viršuje arba apačioje. Jiems būdingas didžiulis paplitimas, variantų kaita ir šaltinių gausa. Vieni kūriniai labai greitai išpopuliarėja, tačiau yra ir greitai pamirštami, kiti – aktualūs išlieka ilgai. Dažnai *memais* apžvelgiamos aktualijos, atkreipiamas skaitytojų dėmesys į naujienas, pramogų verslo skandalus arba išryškinamos tam tikros visuomeninės problemos. Šių kūrinių išskirtinumas yra tas, kad nors jie kuriami individualiai, visuomenę paveikia kolektyviai – taip *memai* neretai tampa tam tikra protesto forma: visuomenėje aktualios problemos išryškinamos naujais kūriniais, kurių daug skirtingų variantų išplinta įvairiausiuose interneto portaluose. Taigi, šiais laikais *memus* suvokiame kaip internetinės kultūros vienetą, kuriuo galima ne tik pajuokauti, bet ir intelektualiai pakritikuoti ar net tokiu netradiciniu būdu atkreipti visuomenės dėmesį į aktualias problemas.

Nors *memai* jau ne vienerius metus yra itin populiarūs ir atitinka visus pagrindinius tautosakos bruožus, tačiau šių folkloro žanrų tyrimų Lietuvoje yra itin mažai. Tai lemia keletas priežasčių. Pirmiausia *memai* yra visiškai naujas tyrimo objektas, kurio priskyrimas tautosakos sričiai vis dar kelia diskusijas, antra, *memus* itin sunku fiksuoti dėl variantiškumo ir įvairių skelbimo vietų, todėl abejojama, ar apskritai verta tai daryti. Nepaisant *memų* tyrimo sudėtingumo, jų atsiradimą ir populiarumą trumpai aprašė Alice Marwick (2013), o į *memų* sklaidą internete gilinosi Aharonas Kantorovichius (2013). Anneli Baran, Pekka Hakamiesas ir Anne Heimo (2019) vertino internetinę kūrybą ir folkloro apibrėžtį, kaip jie susiję tarpusavyje, išvadas grįsdami empiriniais Estijos internetinio folkloro tyrimais. Anneli Baran *memus* priskyrė internetinio folkloro sričiai, jos manymu, kai kuriuos savo aspektus folkloras išlaikė, tačiau smarkiai pakito jo sklaidos mechanizmai: nuo žodinio, iš lūpų į lūpas, iki internetinio, turinčio vizualinę raišką (Baran, cit. iš Hakamies ir Heimo 2019, 17). Trumpą *memų* pavyzdžių analizę pateikė Anne Heimo ir Kaarina Koski (2014). Taip pat šie kūriniai yra itin aptarinėjami įvairiuose užsienio juodojo humoro *memų* puslapiuose (pvz., *knowyourmeme.com*), radijo laidose (pvz., *Žinių radijo* laidoje *Skaitmeniniai horizontai* vedėjas Lukas Keraitis aiškino, ar „internetiniai memai – moderni tautosaka?“), šių kūrinių yra gausu socialiniuose tinkluose (*Facebook*, *Instagram*), pokalbių forumuose (*reddit.com*), televizijoje ir interneto kūrėjų vaizdo tinklaraščiuose (*vloguose*). Taigi, nors *memų* tema Lietuvoje tirta itin mažai, akivaizdu, kad į ją gilintis reikia kur kas labiau: tai jau kurį laiką daro užsienio mokslininkai, o šių internetinės tautosakos žanrų populiarumas siekia tokias aukštumas, kad

juos analizuoti imta pokalbių forumuose, socialiniuose tinkluose ir net pramoginių laidų bei internetinių vaizdo įrašų metu.

Straipsnyje pateikiama *memų* klasifikacija pagal jų populiarumą ir sklaidos trukmę virtualioje aplinkoje, sudaryta straipsnio autorių. Juokeliai yra surinkti iš populiariausių socialinių tinklų *Facebook*, *Instagram* grupių ir pramoginių interneto svetainių. Pagal *memų* populiarumą (reakcijų ir komentarų skaičių), buvo atrinkti dažniausiai skaityti kūriniai ir sugrupuoti pagal tai, kiek ilgai jie išliko populiarius internete (populiarieji, tendenciniai), o tarp populiariausių kūrinių įvardijami gerbėjų ir politiniai kūriniai. Kiekviena *memų* grupė yra išsamiai analizuojama, pateikiama pavyzdžių.

Populiarieji *memai*

Interneto erdvėje *memus* dažniausiai suprantame kaip įvairias šmaikščias nuotraukas, paveikslėlius ar vaizdo įrašus, kurie ne tik greitai išpopuliarėja, bet taip pat tuojau ir užmirštami. Kadangi skaitmeninė aplinka leidžia dalytis įvairiu turiniu, tokiu, koks jis yra, atrodo, kad žmonės nori jį atkurti, sukurdami savo versijas ir imituodami tam tikrus svarbius visuomenės reiškinius (Shitman 2013, 365). Dėl šios priežasties internete vyrauja tam tikri memetikos kūriniai, kurie, nepaisant nuolatinės internetinės kūrybos kaitos, plisdami vis naujais, aktualiais variantais, išlieka populiarius ne vienerius metus. Šie humoristiniai paveikslėliai yra priskiriami tradiciniams memetikos kūriniams. Jie sudaro *memų* kultūros pagrindą ir dažniausiai kyla iš žymių politikos atstovų pasisakymų, juokingų nuotraukų arba populiarių filmų bei serialų fragmentų (Heimo ir Koski 2014, 11). Populiarusis *memas* gali turėti begalę variantų, tačiau jo pozicija visuose variantuose išlieka ta pati. Pavyzdžiui, vienas iš tokių daugiafunkčių kūrinių yra *Betmeno, pliaukštelėjusio Robinui, memas*. Šis memetikos kūrinys 2008 m. atsirado interneto puslapyje *Tumblr*, kur sulaukė didžiulio populiarumo ir išliko aktualus iki šių dienų. *Meme* vaizduojamas fragmentas iš komikso *Batman* (Heimo ir Koski 2014, 11). Populiariajame *meme* pagrindinis herojus iš įsiūčio trenkia Robinui, kuris visada pačiu netinkamiausiu laiku pasako kokią nors kvailystę. Šis populiaraus komikso kontekstas leidžia *memų* kūrėjams itin patraukliai pavaizduoti įvairias gyvenimo situacijas, kai šalia esantis žmogus kalba tokias kvailystes, kad net norisi jam trenkti. Tai galime pastebėti šiuose pavyzdžiuose:

1 pav. yra vaizduojamas karantino laikotarpis, kai visuomenėje vyravo dvilypės nuomonės dėl pandemijos suvaldymo taisyklių ir skiepijimo svarbos. Vieni žmonės, saugodami savo sveikatą, stropiai laikėsi specialistų rekomendacijų, o kiti šioje situacijoje bandė išvelgti valstybės norą pakenkti arba tiesiog karantininės situacijos nesureikšmino. Šiame kūrinyje Robinas įkūnija pandemijos sudėtingu-



1 pav. reddit.com/r/deMiko



2 pav. reddit.com/r/deMiko

mo neįvertinantį asmenį, kuriam už tokias savanaudiškas mintis Betmenas ne tik trenkia, bet ir liepia likti namuose.

2 pav. vaizduojama kita aktuali situacija – homoseksualių žmonių santuokos įteisinimas. Šiuo atveju Robinas vaizduoja homofobišką žmogų, kuris nepitaria tos pačios lyties asmenų santykiams, manydamas, kad vienalyčiai santykiai gali pakenkti heteroseksualioms šeimoms. Su šia nuomone nesutinkantis Betmenas trenkia Robinui, paaiškindamas, kad jo šeima homoseksualiems žmonėms yra paprasčiausiai neįdomi.

Internete taip pat išpopuliarėjo ir *Išsiblaškiusio vaikino memai*. Šis *memas* iškilo 2017 m., kai paveikslėlių bendrovė *Stock* pasidalijo fotografo Antonio Guillemo nuotrauka, kurioje su mergina vaikščiojantis vaikinys atidžiai nužiūrinėja priešais einančią moterį. Nuotrauka itin sparčiai išpopuliarėjo *memų* formatu ir išlieka populiari iki šiol. Susidomėjęs vaikino žvilgsnis leidžia *memų* kūrėjams itin patraukliai pavaizduoti įvairias gyvenimo situacijas, kai žmogui tenka rinktis vieną iš dviejų svarbių dalykų, ir neretai jis priima klaidingą arba ne patį geriausią sprendimą. Tai galima pastebėti ir šiuose pavyzdžiuose:

3 pav. vaizduojama šiuo metu itin dažna situacija, kai žmonės daug labiau ima mylėti ir rūpintis šunimis nei žmonėmis. Dėl greito gyvenimo tempo, konkurencijos, nesusitikėjimo savimi tampa vis sudėtingiau užmegzti tvirtus bendruomeninius ryšius, todėl imama vengti artimo kontakto su kitais asmenimis, o jaučiama meilės stoka yra kompensuojama vienu ar keliais augintiniais, šiuo atveju – šunimis. Šis *memas* puikiai pavaizduoja liūdną dabarties realybę, kai asmuo visiškai atsiriboja nuo bendruomenės ir pasirenka vienišo gyvenimo būdą.

4 pav. vaizduoja Rusijos karo Ukrainoje fragmentą: *meme* išsiblaškęs vaikinys įkūnija ukrainiečių traktorių, kuris, nors įprastomis sąlygomis turėtų dirbti lau-



3 pav. *Šunys – Aš – žmonės* (reddit.com/r/deMiko)



4 pav. reddit.com/r/deMiko

kuose, nusprendžia stoti akistaton su rusų tanku. Kūrinys pašiepia karo Ukrainoje pradžia, kai drąsūs ukrainiečiai prieš rusų tankus stojo su traktoriais ir kita ūkine technika. Šis *memas* išreiškia palaikymą Ukrainoje kariaujantiems kariams ir pašiepia rusiškos kariuomenės technikos galimybes.

Taigi, nors daugelis *memų* greitai išpopuliarėję internete tuojau užmirštami, populiarieji *memai* savo aktualumo nepraranda ilgai. Šie kūriniai kyla iš atsitiktinai aptinkamų šmaikščių filmų, serialų ar žymių žmonių atvaizdų, visada išreiškia tokią pačią gyvenimišką poziciją ir išsiskiria variantų gausa. Šiai grupei priskiriami *memai* sudaro visą šio folkloro žanro pagrindą ir yra priskiriami tradiciniams memetikos kūriniais.

Tendenciniai *memai*

Tendenciniai *memai* – populiariųjų kūrinų priešingybė. Nors šie žanrai vaizduoja itin aktualias ir svarbias visuomenines situacijas, o internete išplinta itin greitai, populiarūs neišlieka ilgai. Šios rūšies kūriniai Russella Frankas vadina terminu *newslore* – folkloru, kylančiu iš visuomenėje aktualių naujienų (Frank 2011, 9–13). Tendenciniuose *memuose* dažniausiai apžvelgiamos įvairios visuomenės aktualijos: pramogų verslo skandalai, garsūs politikų pasisakymai, pašiepiamos šmaikščios naujienų portalų antraštės, šaipomasi iš žymių žmonių juokingų veido mimikų, senų fotografijų. Daugelis internete vyraujančių šmaikščių paveikslėlių atlieka būtent tendencinio *memo* funkciją – kalba apie naujus, dabar vykstančius įvykius, kurie, sparčiai išpopuliarėję, tuojau tampa nebeaktualūs (Heimo ir Koski 2014, 7). Neretai šie kūriniai ironiškai pašiepia įvairius nepavykusius valstybinius projektus, neužbaigtas arba nekokybiškai atliktas statybas. Pavyzdžiui, rekonstrukcijos metu nugriuvęs Kaune esantis A. Meškinio tiltas per parą tapo tikra *memų* sensacija: įvairiausiuose interneto portaluose plito skirtingi memetikos kūrinų variantai, vieni kūrėjai šaipėsi iš tilto griūties, kiti – nepabijojo pasijuokti ir iš Kauno miesto rekonstrukcijos ypatumų.



5 pav. reddit.com/r/deMiko




6 pav. reddit.com/r/deMiko


5 pav. pateikiamas dviejų fotografijų koliažas: viršuje vaizduojama nugriuvusio A. Meškinio tilto nuotrauka, o apačioje – nuskendusio laivo fragmentas iš žymaus filmo *Titanikas*. Šios dvi nuotraukos yra sugretinamos tarpusavyje dėl išpūdį keliančio jų panašumo. Tokiu būdu yra pašiepiama tilto griūtis, o sulūžusi rekonstrukcija sarkastiškai vadinama *Tiltaniko* vardu. 6 pav. nugriuvęs tiltas tampa tam tikra Lietuvoje esančių didžiųjų miestų konkuravimo priemone: kol Vilniuje gyvenantys vaikai žaidžia su pripučiamais vienaragiais, gyvenantieji Kaune – šio žaislo negauna, nes mieste esantis tiltas yra tariamai panašus į jų trokštamą žaislą. *Meme* nugriuvęs tiltas dėl neįprastos padėties yra lyginamas su vienaragiu, tuo pašiepiant ne tik Kauno rekonstrukcijos ypatumus, bet ir kauniečių gyvenimo kokybę.

Taip pat populiarumo interneto erdvėje sulaukia ir įvairūs politiniai renginiai bei protestai. Pavyzdžiui, nuo 2021 m. Lietuvoje vykstantis kasmetinis *Didysis šeimos gynimo maršas*, kurį organizuoja *Lietuvos šeimų sąjūdis*, kiekvieną kartą tampa viena populiariausių tendencinių *memų* temų. Kadangi protesto organizatoriai viešai pasisako antivalstybinėmis temomis, smerkia homoseksualius asmenis ir dažnai pažeidžia viešąją tvarką, šis renginys yra itin priešaringai vertinamas visuomenėje, todėl neretai patenka ir į *memų* kūrėjų dėmesio centrą. Iš renginio organizatorių ir dalyvių yra juokiamasi dėl jų išvaizdos (juokingų veido mimikų, neįprasto apsirengimo, klaidinančių plakatų), įstatymų pažeidimų (alkoholio vartojimo viešose vietose, necenzūrinių gestų demonstravimo, keiksmažodžių




Runs on 



Runs on 



Runs on 

7 pav. Elektromobilis važiuoja varomas elektra.

Automobilis važiuoja varomas kuru.
 Šeimos maršo dalyviai protestuoja varomi alumi ([reddit.com/r/deMiko](https://www.reddit.com/r/deMiko))

Aš: *vėluodamas bėgu į troleibusą*

Troleibuso vairuotoja, užtrenkdama man prieš nosį duris:



8 pav. [instagram.com/aletumeme](https://www.instagram.com/aletumeme)

vartojimo) ir įvairių renginio organizavimo klaidų (kviečiami dalyviams nežinomi atlikėjai, Lietuvos himną gieda žodžių nemokantys asmenys). Tai galime pastebėti ir žemiau pavaizduotuose *memuose*:

7 pav. pabrėžiamas *Didžiojo šeimos gynimo maršo* dalyvių pomėgis vartoti alkoholį. Renginio metu darytose fotografijose ir televizijos reportažuose neretai yra vaizduojami neblaivūs ar svaiginamaisiais gėrimais besimėgaujantys žmonės. Dėl šios priežasties *meme* alkoholis yra įvardijamas kaip pagrindinis renginio dalyvių energijos šaltinis. Kūrinys ne tik pašiepia renginio dalyvius dėl jų politinių pažiūrų, bet ir aktualizuoja alkoholizmo problemą.

Šmaikštus žvilgsnis į protesto entuziastus yra pastebimas ir 8 pav., kuriam vaizduojama necenzūrinius gestus praeiviams rodanti moteris. Nepagarbus, žeminantis ir nelegalus elgesys buvo užfiksuotas kamerų ir paplito kaip vienas iš memetikos kūrinų. Ši šmaikšti nuotrauka tapo vienu veiksmingiausių būdų parodyti žmogaus ar organizacijų blogą elgesį su kitais asmenimis. Pavyzdžiui, analizuojamame *meme* yra aprašoma situacija, kai viešojo transporto vairuotojai, net matydami link jų bėgantį asmenį, jam prieš akis užveria duris. Šis kūrinys pašiepia tokį savanaudišką ir nepagarbų žmonių elgesį ir skatina gerai apgalvoti savo veiksmus.

Taigi, nors tendenciniai *memai* sulaukia itin daug interneto vartotojų dėmesio, tačiau tuojau užmirštami, t. y. juos labai greitai pakeičia kiti šios grupės kūriniai.

Tokie humoristiniai paveikslėliai kuriami remiantis dabartinėmis aktualijomis: pramogų verslo skandalais, nelaimingais atsitikimais, politiniais renginiais ir t. t. Tendenciniai *memai* yra puiki priemonė ne tik dalytis nauja, aktualia informacija, bet ir padeda išreikšti savo požiūrį itin svarbiomis temomis.

Gerbėjų *memai*

Gerbėjų *memų* kūrėjų adresatas yra žmonių grupė, besidominti tuo pačiu dalyku (filmu, serialu, muzikine grupe, vaizdo blogų kūrėju ir pan.). Šiais laikais, kai televizija persikelia į interneto erdvę, daugėja įvairaus vaizdinio turinio, taip pat žmonės turi galimybę paprasčiau pasiekti ir įvairius užsienietiškus filmus, serialus, o savo įžvalgomis gali labai paprastai pasidalyti su bendruomene. Dėl šios priežasties atsirado ir gerbėjų *memai* – kūriniai, kuriais analizuojamas, o kartais ir kritikuojamas populiarus internetinis turinys bei jo kūrėjai. Šie juokeliai yra labai artimi tendenciniams *memams* – vos pasirodžius naujai medžiagai, staiga išpopuliarėja, tačiau taip pat greitai praranda savo aktualumą (Heimo ir Koski 2014, 7). Gerbėjų kūrybai būdingas vaizduojamo žmogaus ar analizuojamo turinio siužeto vertinimas, komentavimas, todėl eilinis žmogus jų gali tiesiog nesuprasti. Tačiau neretai ši priežastis kaip tik paskatina susidomėti pašiepiamu turiniu.

Memai, kuriuose šaipomasi iš vaizdo įrašų blogų kūrėjų, itin išplito, kai vienas populiariausių jų atstovų *PewDiePie* savo turinyje pradėjo rodyti, dalytis ir reaguoti į jo asmeninėje portalo *Reddit* paskyroje publikuojamus gerbėjų *memus*, susijusius su jo kuriamu turiniu. Vaizdo įrašuose žymus *vlogeris* ne tik juokdavosi, komentuodavo, bet ir apdovanodavo jam patinkančius kūrinius. Laikui bėgant, tokiu būdu gerbėjų *memus* savo vaizdo įrašuose ėmė apžvelgti ir kiti užsienio bei Lietuvos kūrėjai. Asmeninėse vaizdo įrašų kūrėjų *Reddit* paskyrose esantys gerbėjų *memai* vėliau pasklinda ir po kitus socialinius tinklus ir tokiu būdu ne tik lemia šių kūrinių variantiškumą, bet ir paskatina domėtis vaizduojamu internetiniu turiniu. Vieni žymiausių Lietuvos *YouTube* turinio kūrėjų – *Paul de Miko* ir *LTU Republic* – savo vaizdo įrašuose taip pat apžvelgia juos pašiepiančius gerbėjų sukurtus *memus*, pavyzdžiui:

9 pav. juokiamasi iš *vlogerio Paul de Miko*. Gerbėjai šį kūrėją dažnai pašiepia dėl jo „tingumo“ t. y. itin retai keliamo internetinio turinio. *Memui* šmaikštumo suteikia ir jame vaizduojama nuotrauka, kurioje įamžintas pats kūrėjas. Susimąstęs veidas ir lyg kažko laukianti kūno padėtis suteikia šiam *memui* ironiškumo – sudaromas įspūdis, lyg pats *Paul de Miko* lauktų naujo vaizdo įrašo ar net juoktųsi iš savo pasyvumo.

10 pav. vaizduojamas kitas populiarus vaizdo įrašų kūrėjas – *LTU Republic*. Šiame *meme* juokiamasi iš itin šmaikščios situacijos, į kurią *vlogeris* pateko dėl



9 pav. *Paul de Miko* (reddit.com/r/deMiko)



10 pav. *LTU Republic*
 (reddit.com/r/ltu_republic)

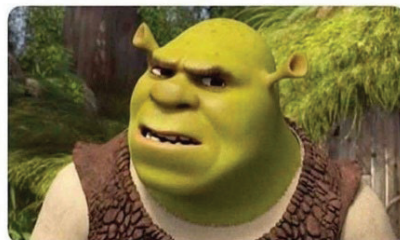
savo gerbėjų ištikimybės. Tiesioginių transliacijų tinklalapyje *Twitch*, kur vaizdo įrašo trukmė priklauso nuo žmonių paaukojamos pinigų sumos, kūrėjui tiesioginiame eteryje teko išbūti net 26 dienas. Kone mėnesį laiko tiesioginiame eteryje valgęs, miegojęs ir net Velykas su artimaisiais šventės kūrėjas nesitikėjo tokios didžiulės tiesioginės transliacijos sėkmės, o paskutinėmis dienomis net maldavo žmonių sustoti. Būtent tai pastebima ir analizuojamame *memė*: šmaikštus tekstas rodo *LTU Republic* gerbėjų ištikimybę, o nuotraukoje vaizduojamo kūrėjo stovėseną ir iškelta ranka – prašymą sustoti aukoti pinigų. Teksto ir nuotraukos, kurioje vaizduojamas pats kūrėjas, kontrastas suteikia šiam *memui* ironiškumo ir išskirtinumo.

Taip pat išsiskiria ir tie gerbėjų *memai*, kuriuose kalbama apie populiarius filmus ir serialus. Neretai šie kūriniai juokiasi iš komiškų personažų arba analizuoja tam tikras siužetines turinio linijas. Vieni populiariausių yra serialo *Squid game* (2021) *memai*. Kelių dalių pasakojimas, kurio herojai, žaisdami vaikiškus žaidimus, varžosi dėl didžiulės pinigų sumos. Seriale šie žaidimai lemtingi – kiekvienas pralaimėjęs žaidėjas nužudomas. Įtraukiantis siužetas nepaliko abejingų: jį peržiūrėjo daugiau nei 142 mln. žiūrovų, o apie naujai pasirodžiusias serijas buvo itin paprasta sužinoti ne tik dėl aplink vykstančių diskusijų, bet ir socialinėje erdvėje plitusių *memų*.



11 pav. Kai žmonės manęs paklausia, kaip man sekasi finansiškai (pinterest.com)

Being an adult is finally understanding why Shrek just wanted to be left tf alone



12 pav. Užaugti, reiškia suprasti, kodėl Šrekas norėjo būti vienas (pinterest.com)

11 pav. yra vaizduojamas serialo *Squid game* fragmentas – kortelė su unikaliu telefonu numeriu, norintiems dalyvauti žaidime. *Meme* šis paveikslėlis yra pasirinkamas ne be reikalo: kortelės atvaizdu pradedami pirmieji serialo epizodai, dėl jos įtraukiami nauji herojai – žaidimo dalyviai. Tokiu būdu bandoma pašiepti daugelio žmonių, o tarp jų ir savo, sudėtingą finansinę padėtį, su kuria susiduria ir serialo veikėjai. Nepaisant kūrinio šmaikštumo, taip pat yra pastebima ir didžiulė šiuolaikinė visuomenės problema, kai dėl nepritekliaus, kamuojančių skolų žmonės yra pasiryžę pinigų užsidirbti pačiais keisčiausiais būdais, kartais net nepaisydami to, kad tai gali baigtis mirtimi.

12 pav. *memų* kūrėjai juokiasi iš populiarus animacinio filmo *Šrekas*, kurio veikėjai ir siužeto fragmentai yra itin populiarūs internetinėje kūryboje. Dažnai juokiamasi iš mylimų filmo veikėjų: Šreko, asilo, katino Pūkio, komiškai vaizduojamas Lordas Farkvadas – narcizistiško būdo karalius, kurio pasipūtimas kontrastuoja su itin žemu ūgiu. Analizuojamame *meme* aktualizuojamas Šreko noras gyventi ramiai: filme pastebimas vienišas veikėjas, gyvenantis atokioje pelkėje ir vengiantis artimo kontakto su kitais herojais. Kūrinyje tokia pagrindinio veikėjo pasaulėžiūra lyginama su žmogaus branda, kai nebesinori triukšmo, vakarėlių, o tik ramaus ir laimingo gyvenimo.

Taigi, gerbėjų kūryba yra itin artima tendenciniams *memams* – greitai išpopuliarėję, jie tuojau pamirštami. Šie humoristiniai paveikslėliai yra kuriami remiantis analizuojamo turinio siužetu, veikėjų išvaizda ir vaizduojamais charakterio bruožais. Nors neretai gerbėjų *memų* negali suprasti vaizduojamu dalyku nesisdomintis žmogus, tačiau taip pat pastebima ir tokių humoristinių paveikslėlių,

kurie iškelia ir tam tikras egzistencines problemas. Nepaisant to, šių kūrinių populiarumas rodo žiūrovų susidomėjimą kuriu turiniu, skatina juo pasidomėti. Gerbėjų kuriami *memai* yra puiki priemonė ne tik diskutuoti apie internetinę kūrybą bendruomenėje, bet ir padeda reikšti savo požiūrį, sieti analizuojamą medžiagą su realiomis problemomis.

Profesiniai *memai*

Memuose yra juokiamasi iš aukštesnio statuso atstovų: politikų, medikų ir dvasininkų. Šie žmonės dažniausiai kritikuojami dėl nesąžiningumo, didesnio uždarbio, blogo savo pareigų atlikimo. Vieni populiariausių yra politiniai *memai*, kuriuose juokiamasi ne tik iš juokingų politikų veido išraiškų, bet ir rimtai kritikuojamos klaidos bei aktualizuojamos svarbios visuomeninės problemos. A. Baran nuomone, *memai* apie valdžios atstovus nėra nekalta pramoga: jie naudojami politiniais tikslais, siekiant komentuoti politikų žodžius ir veiksmus, dažniausiai kritiškai (Baran, cit. iš Hakamies ir Heimo 2019, 17). Lietuvos prezidentas Gitanas Nausėda yra vienas dažniausių politinių *memų* herojų, pašiepiamas dėl griežtumo, atvirumo ir lyderiui reikalingų savybių stokos.

Pavyzdžiui, 13 pav. nusivylimas prezidentu yra vaizduojamas itin kūrybiškai – vieno svarbiausių Lietuvos politikos atstovų nuotrauka įterpta tarp komiškų paveikslėlių: tvoroje įstrigusio arklio ir neaiškiais būdais į medį ir tarp

You ever looked at something and wonder how it got there?



13 pav. Ar kažkada žiūrėjai į kažką ir galvojai, kaip jie ten papuolė? (reddit.com/r/deMiko)

Guy: I broke my arm in three places
 Doctor: Well, don't go to those places



14 pav. Vyras: aš trijose vietose susilaužiau ranką. Gydytojas: na, tai nesilankykite tose vietose (reddit.com/r/deMiko)

dviejų cementinių blokų patekusių automobilių. *Meme* pateikiamas vaizdas paaiškina tokio netikėto nuotraukų rinkinio prasmę: juo ironiškai svarstoma, kodėl G. Nausėda tapo prezidentu. Kūrinyje pastebima ryški kritika prezidentui dėl profesinių pareigų atlikimo, nepasitikėjimas šalies vadovu. Akivaizdu, kad šis *memas* nebūtinai turės įtakos G. Nausėdai ir jo sprendimams. Tačiau politiniai *memai* itin patraukliu būdu skleidžia argumentus ir įžvalgas, o tvarkingas ir emociškai įtaigus šių kūrinių pateikimas gali paveikti juos atsitiktinai pamačiusių interneto vartotojų nuomonę (Tufecki 2013, 849). Galima svarstyti, ar apskritai dera kritikuoti valdžios atstovus, kuriuos tauta išsirenka pati, tačiau A. Heimo ir K. Koski nuomone, „*memai* yra vienas populiariausių pareiškimo ir pozicijos reiškimo būdų šiuolaikiniame pasaulyje, o žmonės visada varžėsi su politine valdžia ir kritikavo savo lyderius pašiepdami bei iš jų tyčiodamiesi“ (Heimo ir Koski 2014, 11).

Profesiniai *memai* taip pat kritikuoja ir gydytojus, kurie šiuose kūriniuose dažniausiai vaizduojami neprofesionalūs arba norintys pasipelnyti. Tai pastebima ir 14 pav. Analizuojamame *meme* pateikiama žodžių žaismo situacija, kai rankos lūžiais keliose vietose besiskundžiantis pacientas išgirsta gydytojo patarimą „tose vietose“ nebesilankyti. Toks nesuskalbėjimo atvejis yra vaizduojamas daugelyje gydytojus pašėpiančių *memų*, tuo stengiantis parodyti šių žmonių profesinį neišprusimą: visuomenėje vis dar susiduriama su didžiulėmis profesinėmis medikų klaidomis, taip pat iki šiol dažnos kyšininkavimo ir piktnaudžiavimo profesiniu statusu problemos. Dėl šių priežasčių žmonės nebepasitiki medicinos atstovais, o šias problemas išreiškia ne vien skundų, bet ir *memų* pavidalu.

Interneto erdvėje populiarūs ir dvasininkus pašėpiantys kūriniai. Laikais, garsėjančiais kunigų daromais nusikaltimais ir noru pasipelnyti iš tikinčiųjų, žmonės į Bažnyčią žiūri vis kritiškiau. Šios profesijos atstovų daromos klaidos veikia lyg kontrastas su religinėmis vertybėmis, todėl dvasininkai tampa ne tik anekdotų, bet ir *memų* personažais.

15 pav. pavaizduotas vienas opiausių dvasininkų daromų nusikaltimų – pedofilija. Dėl griežtų bažnytinių įstatymų kunigai negali turėti intymių santykių ir kurti šeimų. Tačiau šios taisyklės pavyksta paisyti ne visiems dvasininkijos atstovams, todėl vieni kunigai savo šeimas slepia, o kiti – savo aistrą patenkina su mažamečiais asmenimis. Paveikslėlyje ironiškai klausiama: „Kas prisimenate šokinėjimą ant šitų, kai buvote vaikai?“ Visiškai neutralų tekstą tuojau paaiškina *meme* vaizduojama nuotrauka, kurioje greta lovos, batuto pavaizduotas ir kunigo atvaizdas. Nors šios problemos aptariamoms jau ne vienerius metus, humoristiniai paveikslėliai skatina jų nepamiršti, nes „kritiškas problemų nagrinėjimas folklore yra pirmas žingsnis jų sprendimo link“ (Heimo ir Koski 2014, 8).



15 pav. demotyvacijos.tv3.lt

Taigi, profesiniai *memai* dažniausiai pašiepia tų pačių specialistų savybes kaip ir anekdotai. Politikai, medikai ir dvasininkai – vieni svarbiausių žmonių visuomenėje, todėl jų pasisakymai, klaidos ir nusikaltimai yra itin kritikuojami: politikai pašiepami dėl šykštumo ir tingumo, gydytojai – dėl nemokšiško noro pasipelnyti, o dvasininkai – dėl šventvagiškumo ir prievartos prieš vaikus.

Apibendrinant galima teigti, kad *memuose* aktualizuojamos beveik visos svarbios visuomenei temos. Straipsnyje pagal sklaidos trukmę virtualioje aplinkoje išskiriami populiariaji ir tendenciniai *memai*, tarp populiariausių kūrinių įvardijami gerbėjų ir profesiniai kūriniai. Ištyrus juokelius, galima pastebėti, kad juose siekiama ne tik nekaltai pasityčioti, bet ir reiškama asmeninė nuomonė, analizuojamos visuomenėje vyraujančios problemos. Gerbėjų *memuose*, kuriuose aptariamas tam tikras internetinis turinys (vaizdo įrašai, serialai, filmai ir pan.), išreiškiamas palaikymas bei kritika vaizdo įrašų tinklaraštininkams, filmų, serialų kūrėjams ir aktoriams. Profesiniuose *memuose* vaizduojamas nepasitikėjimas svarbiausių specialybių atstovais: politikais, gydytojais ir dvasininkais, kurie šiuose kūriniuose itin atvirai kritikuojami dėl noro pasipelnyti, įstatymų pažeidimų bei netinkamo savo pareigų atlikimo. Pažymėtina, kad *memuose* analizuojamos svarbiausios visuomenės aktualijos ir tokiu neįprastu būdu išreiškiamas požiūris į pačias aktualiausias naujienas.

Išvados

1. Nors humoras yra itin sudėtingas reiškinys, tai neatsiejama kiekvieno žmogaus dalis. Juokas padeda atsipalaiduoti, išreikšti savo emocijas, nuomonę ir leidžia individui pritapti bendruomenėje. Juodojo humoro tautosakos tekstų reikšmė visuomenėje akivaizdi: tradiciniai juodojo humoro žanrai prisitaikė prie žmogaus poreikių ir pradėjo plisti skaitmenizuotoje erdvėje, tuo sukurdami atskirą tautosakos rūšį – internetinį folklorą.
2. Atlikto tyrimo metu buvo apklaustas 121 įvairaus amžiaus respondentas. Apklausos rezultatai parodė, jog populiariausi internetiniai juodojo humoro žanrai yra *memai*. Respondentų teigimu, šiuos internetinės tautosakos kūrinius jie dažniausiai aptinka socialiniuose tinkluose Facebook, Instagram, 9gag ir kituose interneto puslapiuose. Apklaustieji nurodė, kad juodojo humoro populiarumą lemia žmogaus gebėjimas juoktis iš baisių, tragiškų dalykų. Taigi, iš apklausos rezultatų matyti, kad žmonės atpažįsta internetinės tautosakos kūrinius, teigiamai juos vertina ir aktyviai dalijasi populiariausiuose socialiniuose tinkluose bei tinklalapiuose.
3. Straipsnyje pateikiama *memų* klasifikacija pagal jų populiarumą ir sklaidos trukmę virtualioje aplinkoje (populiarieji, tendenciniai), o tarp populiariausių šio žanro pavyzdžių įvardijami gerbėjų kuriami ir politiniai memetikos kūriniai.
4. Remiantis atliktu tyrimu, mokslinė literatūra ir sudaryta klasifikacija, galima teigti, kad tautosakos kūriniai nepraranda aktualumo ir šiais laikais: senieji folkloro žanrai prisitaiko prie žmonių gyvenimo pokyčių ir toliau plinta, keičiasi interneto erdvėje, o juodojo humoro žanrai internete atskleidžia visuomenei aktualias problemas, stereotipus, skandalus ir realias gyvenimiškas situacijas.

Literatūra

- Anglickienė ir kt. 2013 – Laima Anglickienė, Gražina Skabeikytė-Kazlauskienė, Jurgita Macijauskaitė-Bonda, Dovilė Kulakauskienė ir Ingrida Šlepavičiūtė. *Šiuolaikinis moksleivių folkloras*. Vilnius: Gimtasis žodis.
- Bandoriūtė 2014 – Salomėja Bandoriūtė. Juokas pro ašaras: humoras ir agresija. *Inter-studia humanitatis: tarpdisciplininiai juoko kultūros tyrimai*, 16, 163–177 [žiūrėta 2023-10-27]. Prieiga internetu: http://www.ilti.lt/failai/Juokas%20pro%20asaras_Bandoriute.pdf
- Berger 2017 – Arthur Asa Berger. *An Anatomy of Humor*. London: Routledge.
- Blank 2014 – Trevor J. Blank. *Toward a Conceptual Framework for the Study of Folklore and the Internet*. University Press of Colorado [žiūrėta 2023-10-25]. Prieiga internetu: <https://shorturl.at/ikAOV>
- Frank 2011 – Russell Frank. *Newslore: Contemporary folklore on the Internet*. University Press of Mississippi [žiūrėta 2023-10-01]. Prieiga internetu: <https://shorturl.at/gszEO>

- Grigaitė 2014 – Miglė Grigaitė. *Internetinė kultūra: sociologijos memų atvejis* [žiūrėta 2023-10-30]. Prieiga internetu: <https://sociologai.lt/2014/internetine-kultura-sociologijos-memu-atvejis/>
- Hakamies ir Heimo 2019 – Pekka Hakamies ir Anne Heimo. *Folkloristics in the Digital Age*. Suomalainen Tiedeakatemia, Academia Scientiarum Fennica [žiūrėta 2023-10-30]. Prieiga internetu: https://www.academia.edu/45425809/Pekka_Hakamies_and_Anne_Heimo_ed_Folkloristics_in_the_Digital_Age
- Heimo ir Koski 2014 – Anne Heimo ir Kaarina Koski. Internet Memes as Statements and Entertainment. *Folklore Fellows Network*, 4–12 [žiūrėta 2023-10-30]. Prieiga internetu: <https://courseware.zcu.cz/CoursewarePortlets2/DownloadDokumentu?id=187111>
- Jenkins 2006 – Henry Jenkins. Confronting the challenges of participatory culture: Media education for the 21st century. *Nordic Journal of Digital Literacy*, 2 (1) [žiūrėta 2023-10-28]. Prieiga internetu: <https://shorturl.at/hirtR>
- Kantorovich 2013 – Aharon Kantorovich. An Evolutionary View of Science: Imitation and Memetics. *Social Science Information*, 53 (3), 363–373 [žiūrėta 2023-10-30]. Prieiga internetu: <http://philsci-archive.pitt.edu/9912/>
- Krikščiūnas 2004 – Povilas Krikščiūnas. Interneto folkloras: rūšis ar sklaidos būdas? *Tautosakos darbai* 27, 21–31 [žiūrėta 2023-10-30]. Prieiga internetu: http://www.lti.lt/failai/e-zurnalai/td27/02_2_%20Kriksciuno.pdf
- Makaliūnaitė 2016 – Simona Makaliūnaitė. Naujojo internetinės tautosakos žanro *memo* kilmė ir raiška. Lietuvių filologijos ir bakalauro studijų programos baigiamasis darbas. Darbo vadovė lekt. Rūta Grumadaitė–Pabarčienė. Klaipėdos universitetas.
- Martin 2007 – Rod A. Martin. *Psychology of Humor*. Burlington: Elsevier Inc. Academic Press.
- Marwick 2013 – Alice Marwick. Memes. *Contexts*, 12 (4), 12–13 [žiūrėta 2023-10-15]. Prieiga internetu: <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1536504213511210>
- Memas. *Lietuvių kalbos naujažodžių duomenynas*. Interaktyvus [žiūrėta 2023-11-06]. Prieiga internetu: <https://ekalba.lt/naujazodziai/memas?paieska=memas&i=d33a25a8-756f-41ae-b507-bddad27d0a5e>
- Paton, Powell ir Wagg 1996 – George E. C. Paton, Chris Powell ir Stephen Wagg. *The Social Faces of Humour: Practices and Issues*. England: Arena.
- Psichologijos žodynas 1993 – *Psichologijos žodynas*. Vilnius: Mokslo ir enciklopedijų leidykla.
- Raskin 2008 – Victor Raskin. *The Primer of Humor Research*. New York: Mouton de Gruyter.
- Ratnikaitė ir Balčiūnienė 2014 – Inesė Ratnikaitė ir Inga Balčiūnienė. Humoro raiška ir sociokultūrinės funkcijos anekdotuose apie studentus. *Inter-studia humanitatis: Tarpdisciplininiai juoko kultūros tyrimai*, 16, 131–152 [žiūrėta 2023-10-30]. Prieiga internetu: <https://epublications.vu.lt/object/elaba:6095959/>
- Repšienė ir Anglickienė 2012 – Rita Repšienė ir Laima Anglickienė. Identity and Stereotypes: Humor Manifestations. *Journal of Folklore*, 50, 9–28 [žiūrėta 2023-10-19]. Prieiga internetu: <https://etalpykla.lituanistika.lt/object/LT-LDB-0001:J.04~2012~1367187874745/J.04~2012~1367187874745.pdf>
- Sauka 1982 – Leonardas Sauka. *Lietuvių tautosaka*. Vilnius: Mokslo.
- Savukynas 2003 – Virginijus Savukynas. *Internetinis folkloras* [žiūrėta 2023-10-10]. Prieiga internetu: <https://www.tv3.lt/naujiena/projektai/279770/virginijus-savukynas-internetinis-folkloras>
- Šlekonytė 2019 – Jūratė Šlekonytė. Folkloristika skaitmeninėje eroje: nuo internetinio folkloro iki skaitmeninio archyvo: recenzija. *Tautosakos darbai*, 58, 251–257 [žiūrėta 2023-10-15]. Prieiga internetu: http://www.lti.lt/failai/TD58_tekstai_%20spaudai_%20internetui-239-245.pdf

Vitkutė 2023 – Ernesta Vitkutė. *Juodojo humoro žanrų ištakos internete*. Lietuvių filologijos bakalauro baigiamasis darbas. Darbo vadovė: lekt. dr. Kristina Blockytė-Naujokė, Klaipėdos universitetas.

Ziv 2009 – Avner Ziv. The Social Function of Humor in Interpersonal Relationships. *Society*, 47 (1), 11–18 [žiūrėta 2023-10-05]. Prieiga internetu: <https://www.proquest.com/openview/1317fd0d87c1418279231d82dc6b10bd/1?pq-origsite=gscholar&cbl=2823>

Šaltiniai

1. <https://knowyourmeme.com/>
2. <https://www.ziniuradijas.lt/laidos/skaitmeniniai-horizontai/internetiniai-memai-modernitautosaka?video=1>
3. <https://www.reddit.com/r/PewdiepieSubmissions/>
4. <https://9gag.com/> [žiūrėta 2023-10-01].
5. <https://www.instagram.com/zeureimocnasinsta/> [žiūrėta 2023-10-01].
6. <https://www.instagram.com/aletumeme/> [žiūrėta 2023-10-12].
7. <https://www.pinterest.com> [žiūrėta 2023-10-12].
8. https://www.reddit.com/r/ltu_republic/ [žiūrėta 2023-10-15].
9. <https://demotyvacijos.tv3.lt/> [žiūrėta 2023-10-19].
10. <https://www.reddit.com/r/deMiko/top/?t=all> [žiūrėta 2023-10-29].

Ernesta Vitkutė, Kristina Blockytė-Naujokė

BLACK HUMOUR IN CONTEMPORARY CULTURE: THE EXAMPLE OF MEMES

Summary

As the world becomes increasingly modern, folklore is also moving into the virtual space, where it is taking on newer and more contemporary forms. Almost all genres of folklore can nowadays be easily accessed on the Internet: they abound in various social networks and forums, and different versions of these works travel widely from one email inbox to another. One of the most popular types of contemporary folklore is memes.

This article aims to analyse and classify memes found on the Internet. As digital folklore is viewed rather critically by folklorists, memes are an under-researched area. Their analysis is challenged by the constant change of genres: it is very difficult to capture works published online. The classification of memes presented here should therefore help to understand the place of black humour as a genre in contemporary folklore. The relevance of the article is reinforced by the abundance of variations in the genre and by a survey of Internet users, which revealed the high prevalence of memetic works among people of all ages. The

aim of the paper is not only to provide a classification of these works, but also to demonstrate their popularity with the public.

The aim of the article is to analyse memes, the most popular genre of digital folklore, and to provide a classification of these works.

Research data and methodology. Memes were searched on the Internet. The virtual space is particularly favourable for this purpose: not only is it possible to share one's opinion and communicate with strangers, but also to publish one's own work, which, if it meets the basic features of folklore and is relevant to society, immediately becomes part of the folklore and spreads in different versions on various Internet portals. The anonymity of the memes analysed is unique: their authors usually do not present themselves publicly, thus further linking their work to traditional folklore.

Taking into account the issues, relevance and objectives of the paper, a questionnaire on the popularity of black humour folklore genres on the Internet was developed in 2022. The survey was carried out with 121 respondents of different ages. The survey explored the great popularity of memes, the age groups that most often create these jokes, and the Internet portals where they are seen and published.

The largest share of respondents was in the 19 to 25 age group (55%), which suggests that the folklore genres studied are most popular among young people. The survey found that only 44.6% of respondents knew what online folklore is, although 62% of respondents said they are exposed to these folklore genres every day, and 17.4% of respondents said they are exposed to them more than once a week. The study also found that the popularity of certain folklore genres depends on the age of the respondents.

In summary, memes address almost all topics of importance to society. The article distinguishes between popular and tendentious memes, according to the duration of their dissemination in the virtual environment, and among the most popular works are fan and professional works. The jokes are not only intended for innocent mockery, but also express personal opinions and analyse the problems prevailing in society. Fan memes discussing certain online content (videos, television series, films, etc) express support for and criticism of video bloggers, film and television series producers, and actors. Professional memes show a distrust of the most important professions, politicians, doctors and the clergy, who are particularly openly criticised in these works for profit-seeking, breaking the law, and failing to perform their duties properly. It is noteworthy that the memes analyse the most important issues in society, and allow people to express their views on the most topical news in this unusual way.