

## САВРЕМЕНА СРПСКА ФОЛКЛОРИСТИКА XIII

## *Уређивачки одбор*

др Дејан Ајдачић, Instytut Studiów Klasycznych i Sławistyki, Uniwersytet Gdański

др Екатерина Анастасова, Институтът за етнология и фолклористика с Етнографски музей при БАН, София

др Смиљана Ђорђевић Белић, Институт за књижевност и уметност, Београд

др Ольга Белова, Институт славяноведения Российской академии наук, Москва

др Таццяна Валодзина, Центр исследований белорусской культуры, языка и литературы НАН Беларуси, Минск

др Драгана Ђурић, Балканолошки институт САНУ, Београд

др Бранко Златковић, Институт за књижевност и уметност, Београд

др Александар Јерков, Универзитетска библиотека „Светозар Марковић”, Београд

dr Joanna Rękas, Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, Poznań

dr Mirjam Mencej, Oddelek za etnologijo in kulturno antropologijo Filozofske fakultete Univerze v Ljubljani, Ljubljana

др Оксана Микитенко, Институту мистецтвознавства, фольклористики та етнології ім. М.Т. Рильського НАН України, Київ

др Данка Лајић Михајловић, Музиколошки институт САНУ, Београд

др Данијела Поповић Николић, Филозофски факултет, Ниш

др Jaroslav Otčenášek, Etnologický ústav Akademie věd České republiky Praha

др Јеленка Пандуревић, Филолошки факултет Универзитета у Бањој Луци, Бања Лука

др Данијела Петковић, Институт за књижевност и уметност, Београд

др Бошко Сувајџић, Филолошки факултет Универзитета у Београду

## *Рецензенти*

др Ана Витанова-Рингачева, др Зорица Витић, др Богдан Дражета,

др Смиљана Ђорђевић Белић, др Мирјана Закић, др Сања Златановић,

др Бранко Златковић, др Милина Ивановић Баришић,

др Светлана Јурьевна Королёва, др Сања Лазаревић Радак, Милан Лукић,

др Зона Мркаљ, др Јеленка Пандуревић, др Љубинко Раденковић,

др Немања Радловић, др Сања Ранковић, др Биљана Сикимић,

др Наташа Станковић Шошо, др Бошко Сувајџић, др Светлана Ђирковић

# САВРЕМЕНА СРПСКА ФОЛКЛОРИСТИКА XIII

Тематски зборник радова

*Уредници*

др Данијела Петковић  
др Дејан Ајдачић

Удружење фолклориста Србије, Београд  
Универзитетска библиотека „Светозар Марковић”, Београд  
Комисија за фолклористику Међународног комитета слависта  
Центар за културу „Вук Караџић”, Лозница  
Научно-образовно културни центар „Вук Караџић”, Тршић

Београд – Лозница – Тршић 2024



## САДРЖАЈ

|   |     |
|---|-----|
| УВОДНА РЕЧ .....  | 9   |
| Љиљана Пешикан Љуштановић<br>ЖАНРОВСКА МАПА УСМЕНЕ КЊИЖЕВНОСТИ ЗА ДЕЦУ<br>ДИЛЕМЕ И ПИТАЊА .....                                     | 11  |
| Јасмина Јокић<br>КЛАСИФИКАЦИЈА ЛИРСКЕ УСМЕНЕ ПОЕЗИЈЕ –<br>ИСТОРИЈАТ И ПРОБЛЕМИ .....  | 33  |
| Ноел Путник<br>КОМПАРАТИВНИ ОСВРТ НА ТЕРМИНОЛОГИЈУ ГОВОРА И<br>ПРИПОВЕДАЊА У РАНОЈ ГРЧКОЈ ЕПИЦИ .....                               | 46  |
| Данијела Васић<br>ПОЧЕЦИ ФОЛКЛОРИСТИКЕ У ЈАПАМУ<br>КРОЗ ПРИЗМУ ПРВИХ ПОКУШАЈА КЛАСИФИКАЦИЈЕ<br>ЈАПАНСКИХ НАРОДНИХ ПРИПОВЕДАКА ..... | 57  |
| Бојана Максимовић<br>КЛАСИФИКАЦИЈА ПОЕТСКИХ ЖАНРОВА<br>СТАРОНОРДИЈСКЕ КЊИЖЕВНОСТИ .....   | 73  |
| Александра Бјелић<br>ТЕРМИНИ ПЛАГИЈАТА, ФАЛСИФИКАТА И МИСТИФИКАЦИЈА<br>У ПРОУЧАВАЊУ УСМЕНЕ КЊИЖЕВНОСТИ .....                        | 82  |
| Снежана Милосављевић Милић<br>ИСТО У ДРУКЧИЈЕМ – ТЕРМИНОЛОШКИ АСПЕКТИ<br>ТРАНСФИКЦИОНАЛНОГ ЈУНАКА У ФОЛКЛОРИСТИЦИ .....             | 99  |
| Миливој Бајшански<br>ЕПСКА НАРОДНА ПЕСМА<br>У РЕЧНИЦИМА КЊИЖЕВНИХ ТЕРМИНА .....   | 113 |
| Марина Младеновић Митровић<br>ПРОБЛЕМ КЛАСИФИКАЦИЈЕ ХУМОРИСТИЧКИХ НАРАТИВА<br>У РУКОПИСНИМ ЗБИРКАМА КРСТЕ БОЖОВИЋА .....            | 127 |

|  |     |
|--|-----|
| Немања Радуловић<br>ТЕРМИН „НАИВНА КЊИЖЕВНОСТ”<br>У КОНТЕКСТУ ИСТОРИЈЕ ИДЕЈА .....   | 143 |
| Данијела Поповић Николић<br>АМАТЕРСКА, „НАИВНА”, „ДИВЉА” ИЛИ – КЊИЖЕВНОСТ:<br>О ТЕРМИНИМА ИЗ ЕМСКЕ И ЕТСКЕ ПЕРСПЕКТИВЕ .....   | 162 |
| Наташа Полгар<br>ZAMUĆENI ŽANROVI ILI KAKVE VEZE IMAJU<br>MEDICINSKI I PRAVNI DISKURS S FOLKLORISTIKOM:<br>NARACIJE O ŽIVOTU ILI<br>MEMORATI U IZVANTRADICIJSKOM KONTEKSTU ..... | 175 |
| Иван Праштало<br>ПОЈАМ <i>PLACE-LORE</i> -А У САВРЕМЕНОЈ ФОЛКЛОРИСТИЦИ .....   | 193 |
| Мирослава Карацуба<br>КЛАСИФИКАЦИЈА НАРОДНИХ БАЛАД У СУЧАСНИЈ<br>ФОЛКЛОРИСТИЧНИЈ НАУЦИ ПИВДЕННИХ СЛОВ’ЈАН I<br>УКРАЊИЦИВ: ДОСВИД, СПЕЦИФИКА, ПИДХОДИ .....                       | 210 |
| Данијела Петковић<br>ПРИНЦИПИ КЛАСИФИКАЦИЈЕ<br>РУСКИХ И ЈУЖНОСЛОВЕНСКИХ ЕПСКИХ ПЕСАМА .....  | 225 |
| Данијела Лекић<br>ДЕИКТИЧКЕ РЕЧИ У СВЕТЛУ ТЕОРИЈЕ ФОРМУЛЕ<br>НА ПРИМЕРИМА СРПСКИХ ЕПСКИХ ПЕСАМА И<br>СТАРОЕНГЛЕСКОГ ЕПА <i>БЕОВУЛФ</i> .....                                     | 238 |
| Ана Јањић<br>КОГНИТИВНОНАРАТОЛОШКИ ПРИСТУП ТУМАЧЕЊУ<br>УСМЕНИХ НАРАТИВА БЕЛИЦЕ .....   | 252 |
| Милош Матић<br>ЕСТЕТИКА РУРАЛНЕ ВЕРНАКУЛАРНЕ АРХИТЕКТУРЕ –<br>НАРОДНА УМЕТНОСТ И ПРАКСЕ ИЗБОРА .....   | 267 |

|   |     |
|---|-----|
| Александар С. Павловић<br>ЗДРАВИЦЕ УЗ ПИЈЕЊЕ ИЗ ВЕЛИКЕ РАКИЈСКЕ ЧАШЕ<br>У ИБАРСКОМ КОЛАШИНУ .....   | 283 |
| Данило Трбојевић<br>ПРОШЛОСТ У МАГИЈСКОМ ОГЛЕДАЛУ:<br>МОТИВИ СУДБИНЕ И МРТВАЧКЕ ИГЛЕ У КОНСТРУКЦИЈИ<br>СТВАРНОСТИ И ПРЕВАЗИЛАЖЕЊУ ТРАУМЕ .....                | 301 |
| Слободан Наумовић, Богдан Дражета<br>ТЕЖАК ЖИВОТ, АЛИ ЛЕП: СИСТЕМАТИЗАЦИЈА<br>САВРЕМЕНИХ НАРАТИВА О ТРАНСХУМАНТНОМ СТОЧАРСТВУ<br>У ИСТОЧНОЈ ХЕРЦЕГОВИНИ ..... | 320 |
| Александра Прокић<br>ПРОФЕСИОНИЛИЗАЦИЈА МУЛТИИНСТРУМЕНТАЛИСТА<br>КАО ЧУВАРА ТРАДИЦИЈЕ У ДОБА ДИГИТАЛНЕ КУЛТУРЕ .....  | 338 |
| Веселка Тончева<br>СЪВРЕМЕНИ ИНТЕРПРЕТАЦИИ НА ТРАДИЦИЈАТА:<br>НАБЛЮДЕНИЯ ВЪРХУ ЕДИН ФЕСТИВАЛ<br>ЗА „АВТЕНТИЧЕН ФОЛКЛОР” В БЪЛГАРИЯ .....                      | 357 |
| Милан Томашевић<br>СЕМИОТИЧКА АНАЛИЗА<br>ПОПУЛАРНОГ КОСМОЛОШКОГ НАРАТИВА .....  | 371 |
| Сузана Марјанић<br>АРОКАЛІРТІСКИ KONDICIONAL<br>ILI MITEM/I O KRAJU SVIJETA (DO 2040. GODINE)<br>U/NA INTERNETSKIM GLASINAMA .....                            | 387 |
| Оливера Марковић, Мирјана Бојанић Ћирковић<br>ПОЕТИКА МИМА КАО ФОЛКЛОРНОГ ИНТЕРНЕТ ЖАНРА .....  | 398 |
| Оксана Микитенко<br>УКРАЈИНСКА ПАТРИОТСКА ПЕСМА<br>ОЈ У ЛУЗІ ЧЕРВОНА КАЛИНА:<br>ДИНАМИКА И ВИШЕСЛОЈНОСТ ЖАНРОВСКЕ АТРИБУЦИЈЕ .....                            | 418 |

Јеленка Пандуревић  
ФОЛКЛОРИСТИЧКА ЗАОСТАВШТИНА  
МИЛАНА КАРАНОВИЋА .....426

Ана Витанова-Рингачева, Сузана Мицева  
ВИДЕОТО КАКО АЛАТКА ЗА ДИГИТАЛИЗАЦИЈА  
И ТРАНСМИСИЈА НА ФОЛКЛОРНИТЕ МАТЕРИЈАЛИ .....443

Милица Стојановић  
О ЛЕКСИЦИ ЛИРСКИХ НАРОДНИХ ПЕСАМА  
ИЗ ТИМОЧКЕ КРАЈИНЕ  
(НА МАТЕРИЈАЛУ ЗБИРКЕ *ЈАТО ГОЛУБАТО*) .....453

Драгана Цвијовић  
ПОРЕДБЕНЕ КОНСТРУКЦИЈЕ СА ВЕЗНИКОМ *КАО*  
*У СЛИКАМА ИЗ СЕОСКОГ ЖИВОТА* ЈАНКА ВЕСЕЛИНОВИЋА .....467

Оливера С. Марковић\*  
Мирјана Д. Бојанић Ћирковић\*\*  
Универзитет у Нишу  
Филозофски факултет  
Департман за србистику

## ПОЕТИКА МИМА КАО ФОЛКЛОРНОГ ИНТЕРНЕТ ЖАНРА\*\*\*



Рад истражује когнитивнопоетичке аспекте мима као *дигиталног фолклорног жанра*, односно синтаксу, семантику и прагматику датог облика, од офлајн и онлајн мимова до њихове циклизације. Посебно наглашавајући корелацију између концепта мима код Ричарда Докинса и интернет мима, први део рада усредсређује се на прагматичку димензију датог жанра и његову функционалност у интернет заједницама. У другом делу рада се расправља о наративности интернет мима, те његовој хумористичкој димензији и релацији према жанру вица. У завршном делу рада разматра се могућност апликације опште теорије вербалног хумора као методолошке базе за бављење циклусима интернет мимова.

**Кључне речи:** мим, дигитални фолклор, формулативност, наративност, хумор, пародија, циклизација, когнитивна поетика.

1. *Увод.* У савременим проучавањима мима, релација са фолклором је најмање троаспектна: генеричка, јер се мим сагледава као фолклорни жанр, иманентно поетичка, где се одлике мима описују аналогно са фолклорним контекстом стварања и преношења жанра, и уско специјализована, где истраживачи настоје да класификују мим као вид фолклорног жанра.<sup>1</sup> У емској перспективи<sup>2</sup>, мим представља дигитални садржај (слику, гиф, видео-клип), обично хумористичког садржаја, који се шири путем друштвених мрежа. У етској перспективи, мим представља интернет жанр који укључује специфичне садржаје и праксе партиципације у онлајн заједници, односно може се схватити као „оперативни знак или текстуална категорија дизајнирана као позив на (креативно) деловање” (Shifman 2014: 341).

\* olivera.markovic@filfak.ni.ac.rs

\*\* mirjana.bojanic.cirkovic@filfak.ni.ac.rs

\*\*\* Ово истраживање подржало је Министарство просвете, науке и технолошког развоја Републике Србије (Уговор бр. 451-03-68/2022-14/200165).

<sup>1</sup> Разматрајући улогу фолклористике у контексту проучавања интернетских жанрова, Тревор Ј. Бленк (2009: 5) фолклор дефинише као „спољашњи израз креативности – у безброј облика и интеракција – појединаца и њихових заједница”.

<sup>2</sup> Перспективи рецепијената у интернет окружењу, превасходно на друштвеним мрежама јер највећи део рада посвећујемо анализи онлајн-мимова.

Интернет мим у целини *делује* у онлајн јавном простору, и може се уврстити у општију групу жанрова електронског вернакулара (Kirschenblatt-Gimblett 1996), вернакуларне онлајн мреже (Howard 2008), интернет или дигиталног фолклора (Lialina, Espenschied 2009; Seta 2019), те, делимично, дигиталне фолклорне уметности. Циљ овог рада јесте описивање неких координата интернет мима као фолклорног жанра, односно, аспеката његове синтаксе, семантике и прагматике, а у завршном делу рада ћемо такође указати и на могућности проучавања циклуса интернет мимова.

Полазећи од когнитивнопоетичке дефиниције према којој је концепт жанра „kognitivn[a] kategorij[a], istovremeno i produkt i proces koja omogućava razumevanje, osećanje, spremnost i želju za stvaranjem/ prihvatanjem/povezivanjem tekstova” (Milutinović 2012: 94), посебно ћемо се усредсредити на прагматичке аспекте жанра интернет мима. Заузимање кровне когнитивистичке позиције мотивисано је, прво, чињеницом да се интернет мимови, без обзира на своју синтаксичку и семантичку разноврсност – мим може бити у форми слике са текстом, анимираног гифа<sup>3</sup>, или видео-клипа – у интернетским заједницама универзално препознају као *жанровски једнообразни*, и, друго, да је у питању скаларна категорија<sup>4</sup>, а не аристотеловски скуп обавезних критеријума који свака појединачна манифестација жанра (појава) у целости мора задовољити. Другим речима, когнитивистичка позиција омогућава нам адресирање проблема жанровске варијантности у свим трима димензијама, те сагледавање датих димензија као целине. С друге стране, напомињемо да когнитивистичку перспективу нећемо следити у потпуности, будући да нам је примарни циљ описивање поетичких координата датог жанра, а не жанра као менталног модела. Дакле, иако прихватимо полазиште према којем су „[ž]anrovi [...] kognitivna i pragmatička sredstva za intertekstualno usklađivanje sa postojećim modelima” (Milutinović 2012: 63), наше усредсређење у овом раду биће на прагматичким моментима на основу којих жанр интернет мима функционише у онлајн заједницама.

<sup>3</sup> Слика сачињена од више фрејмова, који одају утисак као да се објекти на слици померају.

<sup>4</sup> У когнитивистички усмереним хуманистичким истраживањима је уочено да људска когнитивна способност обраде и организовања информација почива на неколиким општим структурним принципима (пропозиционалним, сликовносхематским, метафоричким и метонимијским принципима – Lakoff 1987) путем којих се могу формирати различити типови категорија, укључујући ту и скаларне категорије чији ентитети садрже различите степене чланства. Семантичка скала је важна формалносемантичка категорија која се односи на поредак вредности повезан са значењем одређеног израза, односно која омогућава да се „премосте” делови језика који изгледају концептуално различити, као што је придев значење, квантификација, време итд. (Lakoff 1987). Уместо да буду дефинисане обавезним и довољним условима, скаларне категорије су одређене *ефектом прототипа* (Rosch 1973, 1978), са члановима који су когнитивно истакнутији и представљају „центар” категорије, и члановима који су гранично везани за категорију јер не представљају најбоље „егземпларе” за исту. Заокрет је суштински јер се категорије дефинишу не као математички скупови, већ когнитивни модели, и имплицира „промене у вези са концептима истине, знања, значења, рационалности, па чак и граматике” (Lakoff 1987: 9). У домену когнитивне наратологије и когнитивне поетике о скаларности се посебно говори у вези са појмом наративности (Fludernik 1996; Ryan 1992, 2004, 2006) и жанра (Herрман 2002, 2017), али и у вези са низом других феномена, почев од наративних техника и перспективе до модела књижевних јунака.

2. *Офлајн и онлајн мим: ка прагматичком аспекту*. Зачетке савремених истраживања мима<sup>5</sup> као фолклорног жанра налазимо у монографији *Себични ген (Selfish Gene, 1976)* Ричарда Докинса (Richard Dawkins), где је указано на суштинске карактеристике мима као културног кода,<sup>6</sup> који се може разматрати на релацији (апстрактна) идеја – њена репликација (опонашање, али у аристотеловском значењу инвенције/креације). Од наслова наведене монографије евидентна је аналогија са геном као физичким и функционалним ентитетом/јединицом наслеђивања/преноса, што подстиче разматрање мима у следећим правцима: мим је јединица која опстаје општеприхваћена и као таква даље популаризирана – отуда и атрибут „себични” у наслову Докинсове монографије; као јединица преноса културе (културни код), мим је перманентно (метафорички и технички) „жива” структура; напоследку, и сам мим функционише као ген: „заражава” мозак, претварајући га у преносника.

Иако је Докинсова монографија објављена много пре осавремењивања рачунарске опреме и интернет технологије,<sup>7</sup> његове тезе о иманентним поетичким одликама мима одрживе су и данас јер су са контекста рецепције мима (пре)усмерене ка његовим одликама које се, уз наведене садржинске (у најширем значењу, културолошке тематике и импликација) тичу перманентне варијабилности и у домену једне културе. И офлајн и онлајн мим су, дакле, условљени културним границама: стварају се, перципирају и тумаче само разумевањем, употребом и дељењем одређених културних кодова, односно когнитивних залиха заснованих на вредностима, знању и искуству које је препознала одређена група.<sup>8</sup> Овај увид се даље усложњава етносом, нацијом, религијом, друштвеним слојем, професијом, родом, сексуалном оријентацијом, интересном групом итд., као категоријама релевантним за сам процес рецепције (стварања и пријема) мима. Онлајн

<sup>5</sup> Термин *мим* настао је скраћењем грчке речи *μίμητα* (имитација). О миму као термину са сигурношћу можемо говорити од 2000. године, након његовог увођења и дефинисања у речнику Merriam-Webster.

<sup>6</sup> У вези са наведеним, Докинс (2007: 219) користи следећу појмовну дистинкцију: јединицу преношења културе (мелодију, идеју, слоган и сл.) назива мимемом, односно мемом, док њено интегрисање у форму преношења, сачињену од најмање два, аристотеловски речено „средства подражавања” (слике и речи), одређује у координатама жанра, мима. Сходно генеричком приступу у раду, опредељујемо се за термин/жанр мима.

<sup>7</sup> Од новијих културолошких истраживања мима као дигиталног жанра издвајамо монографије *Култура интернет мимова* (Каплан, Нова 2022) и *Интернет мимови између фолклора и популарне културе* (Банић Грубишић 2023).

<sup>8</sup> Полазећи од критеријума рецепијената којима је мим намењен (и који су, најчешће, и сами умноживачи), Рута Мактупавела (Muktupāvela 2018) издваја студентске мимове као посебну категорију. У њеном разматрању ове групе мимова налазимо још једну специфичност – мимови студената летонског универзитета (чију је грађу анализирао наведена ауторка), откривају тематски континуитет са традицијом – летонским анегдотама (1929–1930) као честим предлошком, али и континуитет са студентским фолклором (у погледу варијантности одређених шала и анегдота, које често чувају сиже, али мењају актере). Не треба пренебрегнути податак да су испитаници Р. Мактупавеле били студенти књижевности, јер нас он може подстаћи на даља разматрања специфичности и варијантности израза мим-фолклора студената књижевности уопште. Међутим, и сам жанр интернет мима студената књижевности може бити поткласификован аналогно критеријуму рецепијената (умноживача) савременог фолклора који, и на микро плану, могу обухватити субкултуру и друге видове.

окружење додатно спецификује процесе продукције и рецепције интернет-мима, будући да онлајн заједнице развијају „сопствени народни говор” и системе понашања (Foote 2007: 27).<sup>9</sup> У том смислу, мим није елитистички у погледу домена рецепијената (примера ради, мим-коментар на актуелну друштвену ситуацију, као што је пандемија, комуницира са најширим слојевима друштва). Притом, форма интернет мима (превасходно њен визуелни аспект, лакоћа креирања,<sup>10</sup> те друштвене мреже као контекст у којем се преноси (дели, *шерује*)) олакшава његово прилагођавање социокултурним променама. С тим у вези неопходно је нагласити да фолклористика треба да се суочи, како наводи Габријел де Сета (Seta 2019: 170), „са новим медијима и дигиталним технологијама, као и њиховим импликацијама за традиционалне фолклорне појмове као што су заједница, традиција и перформанс”. Према форми и прагматици, може се, на пример, говорити о миму-извештају, миму-коментару, миму-реакцији и сл. Разматрања мима одвијају се и повратном спрегом јер мим није само израз одређене културе, већ и агенс који утиче на њено креирање кроз богаћење језика, ширење ставова и фонда прича, и слично.

Пре свега, важно је истаћи Докинсов „миметички” приступ уметности и култури као друштвено-религиозно-политичкој форми која, опет, значајно усеца поље уметности: из овог угла, мим је, у најширем значењу, све што „настани” мозак, претварајући га у новог умноживача дате мелодије, слогана, моде и др. У ужем значењу, мим је оваплоћење идеје које *комуницира* у физичком виду, у разним варијантама *идеје*; као потврду наведеног, Докинс (2007: 220) издваја мим за веровање у загробни живот, који се јавља у милионима варијаната широм света. Ови увиди мотивишу даља питања о прихватању мима: да ли се она налази у идеји, или у форми мима? Аналогно са било којим фолклорним жанром, прихватање мима сразмерно је психолошкој привлачности његове идеје и/или поруке. (Овим се појашњава и претходно наведен пример о распрострањености мимова о загробном животу – уско су повезани са узнемирујућим питањима о животу).

Међутим, у односу на све наведено – идеју, мим је „нови умноживач” – отуда смо у насловну рада задржали концепт интернета као дистинктивног, ако не стваралачког елемента, онда свакако оног који се односи на рецепцију. Стваралац мима – иницијатор идеје и креатор форме такође се може упоредити са ствараоцем дела народне књижевности. Од њега почиње, али без прихватања и даље дисеминације у колективу, мим о датој идеји/индивидуалној преокупацији/друштвеном питању/мим-коментар неће остварити свој потенцијал умноживача. Дакле, процес рецепције мима у

<sup>9</sup> Уп. „Those who frequent chat rooms, and use instant messenger programs have developed their own folkspeech, online communities function according to their own set of customary behavior, and people represent themselves with scraps of art cobbled together into images that distinguish themselves from their fellow users”. (Foote 2007: 27)

<sup>10</sup> Марси Ласота Бауман (Bauman 1999) истиче да виталност и стабилност „интернет жанрова” одређују вишеструки фактори попут развијености појединих технологија и односа корисника према њима, тј. дигитална писменост. Притом, ова ауторка примећује да устаљивање једног облика дигиталне писмености постаје база за стварање и развијање других облика.

великој мери је аналоган рецепцији „офлајн” фолклорних жанрова. Као што смо навели, успешност мима зависи од *плодности* идеје коју комуницира; потом, од начина којим је комуницира. Приматом интенције над формом жанра мима: 1. не одричемо потенцијалну уметничку вредност жанру мима; 2. потцртавамо његову индивидуално-психолошку и колективно-друштвену функцију. Како истиче Лимор Шифман (Shifman 2014: 30), „у ери обележеној ‘индивидуализмом на мрежи’, људи користе мимове да истовремено изразе и своју јединственост и повезаност [са заједницом – прим. аутора]”. Перформативност на мрежи као вернакуларна креативност<sup>11</sup> може се разумети и као „продуктивна артикулација потрошачких пракси и знања (рецимо, кодова телевизијских жанрова) са старијим популарним традицијама и комуникативним праксама (приповедање прича, породична фотографија, бележење, колекционарство)” (Burgess 2006: 207). Према Току Томпсону (Tok Thompson), фолклористи Департмана за антропологију Универзитета у Јужној Калифорнији и једном од руководилаца пројекта дигиталног архива фолклора<sup>12</sup> при овој институцији, мим настаје из опште, антрополошке потребе дељења (информација) са другима (нав. према Wong 2016); у том процесу неминовно долази до промена које се крећу од варијантности (верзија) до крајњих измена (саме поруке)<sup>13</sup>, при чему (се) у оба случаја наглашава активан стваралачки однос према добијеној грађи.<sup>14</sup> Чак и када је реч о дословној примени „формулативности” у сачињавању мима, реч је о *стварању у сарадњиштву*. С тим у вези можемо говорити о темпоралности интернет мима, који „обухвата обичаје, традицију и елементе визуелне, текстуалне и аудио културе који су произашли из ангажовања корисника са апликацијама персоналних рачунара током последње деценије 20. и прве деценије 21. века” (Lialina and Espenschied 2009: 9–10). Ово ангажовање укључује и улогу коју метаподаци имају у доношењу одлука од стране појединачног интернет корисника, а у погледу учешћа у коментарисању, „лајковању”, таговању, дељењу, имитацији или алтерацији неког мим садржаја.<sup>15</sup>

<sup>11</sup> За контекст разумевања нашег разматрања мима у релацији са перформативношћу као иманентним обележјем и интернет заједницом као примарним и повлашћеним рецепијентом в. Банић Грубишић 2023: 129): „Prostor performansa digitalnog folklor je okruženje različitih platformi za društveno umrežavanje, kao i komunikacija putem mobilnih aplikacija za razmenu multimedijalnih poruka. Anonimna ili poznata publika koja može biti masovna ili se može sastojati od nekoliko osoba, reaguje na ovo digitalno izvođenje odobravanjem ili negodovanjem putem komentara, (dis)lajkova, postavljanja odgovora na inicijalni mim u vidu GIF-ova ili drugih mimova. S druge strane, to je širi lokalni, kulturno specifični kontekst – istorijski, društveni, politički događaji, koji oblikuju sadržaj, temu i u određenom smislu formu internet mima.”

<sup>12</sup> <<https://folklore.usc.edu/>>. 12. 6. 2024.

<sup>13</sup> У овом случају може се говорити о „рескриптовању”, односно промени намене дигиталног артефакта (Georgakopoulou 2015).

<sup>14</sup> Уп. „Прво, мимови се најбоље могу схватити као делови културних информација који се преносе од особе до особе, али се постепено претварају у заједнички друштвени феномен. Иако се шире на микро основи, њихов утицај је на макро нивоу: мимови обликују начин размишљања, облике понашања и акције друштвених група”. (Shifman 2014: 18)

<sup>15</sup> С тим у вези Александра Гергакопулу (Georgakopoulou 2017) расправља о директивама (дигиталним оруђима (енгл. *prompts*) за креирање и дељење садржаја који су доступни кориснику, а који имају улогу у скалирању, дистрибуирању, репликабилности, архивирању, доступности/повном приступу, реконтекстуализацији, мултисемиотичности) и ауторизацији (валоризација садржаја у

3. *Интернет мим: ка дефиницији – ауторство, наративност, хумор*. Према Рајану М. Милнеру (Milner 2013: 2357), интернет мимови представљају „мултимодалне артефакте које су ремиксовали безбројни учесници, користећи популарну културу за јавни коментар”. Лимор Шифман (2014: 41) овај жанр одређује као скуп дигиталних артефакта: 1. који деле заједничке карактеристике садржаја, форме и/или става; 2. који су створени са свешћу о међусобном постојању; 3. који циркулишу, имитирају се и/или трансформишу на интернету и од стране многобројних интернет корисника.<sup>16</sup> У складу са прихваћеном когнитивистичком перспективом, наш опис жанра интернет мима укључује прагматичке моменте интерактивности, циркуларности и репликабилности интернет мима који су наглашени у горенаведеним дефиницијама. Поред тога, у нашем је опису наглашено питање скаларности дате жанровске категорије, при чему полазимо од претпоставке да се прототипично средиште исте односи на дигиталне артефакте у виду слике са кратким текстом, и то текстове који су обично шале (вицеви), који се преносе путем друштвених мрежа. Непрототипичан интернет мим тиче се, дакле, варијација у погледу синтаксе (мим као слика без текста, гиф, видео-клип; мим са врло дугим текстом; офлајн варијанте интернет мима), семантике (на пример, „озбиљни” мимови, тј. мимови без хумористичке поенте) и прагматике (нетипично преношење интернет мима ван друштвених мрежа – нпр. путем интернет блога или у офлајн окружењу, као својеврсни перформанс, те ограничене циркулативности).

Поред тога, сваки интернет мим показује неки степен наративности: као облик дигиталног приповедања, интернет мим своју комуникабилност дугује способности да производи и репродукује културолошки мање или више релевантне приче. Чак и најједноставнији облик мима, мим-шаблон (притом циљамо на неке, више или мање препознатљиве мим-обрасце, у супротном говоримо о обичној дигиталној слици у онлајн окружењу), покреће когнитивни оквир за наративност – па тако унапред знамо „минималну причу”, односно поседујемо неки хоризонт очекивања у вези са садржајем мима. База интернет мимова, „Know Your Meme”<sup>17</sup>, често тако и именује циклусе мимова – према „основној причи” (централној радњи и/или фигури/јунаку): „Shock sites” („Шокантне сцене”), „Suprised Pikachu” („Изненађени Пикачу”), „This is fine” („Ово је у реду”), „Spider man pointing at Spider man” („Спајдермен показује на Спајдермена”), „Advice dog” („Пас саветодавац”), „First world problems” („Проблеми првог света”), „Distracted boyfriend” („Расејани момак”). Овакви популарни мим-шаблони постају

интернет заједницама).

<sup>16</sup> Уп.: „(a) a group of digital items sharing common characteristics of content, form, and/or stance, which (b) were created with awareness of each other, and (c) were circulated, imitated, and/or transformed via the Internet by many users”. (Shifman 2014: 41)

<sup>17</sup> Ни „теренска” истраживања, као један од видова савременог проучавања фолклора, нису заобила мим, те је, у оквиру америчког Центра за истраживање фолклора (American Folklife Center) сачињена дигитална база „Know Your Meme” са подацима о пореклу мимова, њиховим значењима и варијантама. Поједини универзитети (примера ради, Универзитета у Јужној Калифорнији/ University of Southern California) имају своје дигиталне архиве фолклорне грађе чија је поткатегија мим (в. USC Digital Folklore Archives). Мимови се такође проучавају кроз спецификум националног фолклора у којем настају и преносе се. Адреса базе: <<https://knowyourmeme.com/>>. 20. 9. 2023.

минимални наративни оквири који рутински натурализују рецепцију, односно, постају разумљиви сами по себи јер се везују за когнитивне сценарије (скриптове) или делове когнитивних сценарија, трасирајући интерпретацију појединачне варијанте мима. Мим-образац који приказује насмејаног пса док испија кафу у кафићу који гори, активираће, чак и код адресата без одговарајуће мим-компетенције, причу о игнорисању очевидних проблема.<sup>18</sup>

(Прилог I)

Слика момка који држи девојку за руку, али се окреће за другом девојком, очито се уланчава са концептима (и причама) за неверност и расејаност.<sup>19</sup>

(Прилог II)

По екстензији, у даљим варијантама мима, дати се образац конкретизује с обзиром на најразноврсније контексте, али се као варијанта препознаје док год остаје у значењским оквирима „туђе је слађе”.

Као наративни жанр, интернет мим може бити анализиран с обзиром на типичне структурно-функционалне елементе приче, али имајући у виду „полиприповедање” (енгл. *poly-storying*), што укључује амблематичне догађаје, кључне јунаке, „преносиве цитате”, те ко-приповедаче и контраприповедаче (енгл. *co-or counter-tellers*) (Georgakopoulou & Giachoglou 2018). Интернет мимови могу бити концептуализовани и као „делимичне приче које одражавају, обухватају и доприносе ширим причама”, уз могућности истраживања базичне типологије улога јунака мима (на пример, прогонитељ, жртва, херој и будала) (de Saint Laurent, Glaveanu, et al. 2021).

Иако не бисмо ишли толико далеко да устврдимо да је сваки мим хумористичко остварење, велики број мимова је популаран (виралан) управо због хумора који генерише.<sup>20</sup> У том је смислу, као што смо претходно навели, најочитија веза између жанра мима и жанра вица. Оба жанра поседују двопартитну структуру која се огледа у постојању: 1. нехуморне и двозначне припреме (вица/мима), која се може двојачко интерпретирати, будући да садржи једно истакнуто и немаркирано значење, и друго значење, маркирано али потиснуто у позадину (уп. Suls 1972, Giora 1991, Coulson 2001), 2. разрешења у виду хумористичке поенте, када се постојање маркираног тумачења открива, уз пропратни ефекат изненађења (в. Бојанић Ћирковић, Марковић 2023: 194). Хумористичка инконгруенција, будући когнитивно утемељена, функционише на исти начин у оба жанра, али се „internetski žanrovi, zbog konteksta njihova nastanka i načina dijeljenja među recipijentima tj. korisnicima, ne trebaju izjednačavati s klasičnima” (Predojević 2021: 143). Другим речима, синтакса, семантика и прагматика жанра мима може се посматрати у саодносу са вицем и другим усменим жанровима, као виртуелни сурогат класичних фолклорних жанрова (Predojević 2021: 143), али уз уважавање *specificita* који креира онлајн окружење. Ерик Вајц (Weitz 2016: 1–2, нав. према Predojević 2021: 143) напомиње да начела продукције

<sup>18</sup> <<https://knowyourmeme.com/memes/this-is-fine>>. 22. 9. 2023.

<sup>19</sup> <<https://knowyourmeme.com/memes/distracted-boyfriend>>. 22. 9. 2023.

<sup>20</sup> Понекад је само употреба познатих жанрова у новом (дигиталном) контексту довољна за произвођење хуморног ефекта (Laineste 2016: 21, нав. према Predojević 2021: 143).

хумора у дигитално посредованој комуникацији на друштвеним мрежама остају иста, али технологије које користимо обликују начине на које се шалимо. С тим у вези треба имати у виду да мим, будући мултимодална форма, припрему или поенту не мора реализовати у вербалној форми. Хуморна инконгруенција може, на пример, бити исказана у релацији слике и текста, слике и/или текста и аудио-снимка, слике и слике. У неким случајевима само дигитално окружење – чињеница да је неки мим-садржај пласиран на конкретној друштвеној страници, може играти улогу хуморног оквира. На пример, Фејсбук група „Група у којој се сви претварамо да смо бумери” може играти улогу „окидача” хуморне инконгруенције у случајевима када се путем исте пласирају иначе нехуморни мим садржаји, попут „Стигла кафица” мимова (као резултат, ови мимови се кодирају као пародије).<sup>21</sup>

### (Прилог III)

Поред тога, а будући да је интернет мим примарно жанр друштвених мрежа, он се умрежава са другим интернет жанровима – жанром „сторија” (енгл. *story, shared story*)<sup>22</sup>, коментара, емотикона, кратких видео-клипова (енгл. *short-form video*), интернет стриминга (енгл. *streaming*), микроблога (енгл. *microblog*), и слично.<sup>23</sup> У офлајн контексту, интернет мим је близак жанру мале/кратке приче, анегдоти, пословици, карикатури; листа ни изблиза није коначна.

Пародијски мимови представљају посебну класу интернет-мимова у којима мим коментарише самога себе, одступајући од претходно утврђене жанровске норме. Имитација је глобално везана за употребу препознатљиве мим-схеме, чиме се мим интертекстуално уланчава, док се семантички скок – основни когнитивни ефекат пародијског поступка (в. Марковић 2023) – остварује употребом неочекиваног дискурсног обрасца (на пример, употреба другог стилског регистра<sup>24</sup>), измештањем неког израженог елемента мим-обрасца из припадајућег окружења („мимикрија” као интертекстуални поступак), манипулацијом елемената мим-обрасца путем технологије („ремикс” као интертекстуални поступак) или директним коментарисањем употребљеног наративног оквира (на пример, жанровско кодирање мим-остварања преко глобалне сликовне категорије, тзв. *Image macros*<sup>25</sup>, али уз пропратни текст који једноставно каже „Горњи текст, Доњи

<sup>21</sup> <<https://www.facebook.com/photo/?fbid=10227081210950191&set=g.330715551521275>>, <<https://www.facebook.com/photo/?fbid=6972758739433644&set=g.330715551521275>> . 10. 6. 2024.

<sup>22</sup> О овом жанру в. више у: Georgakopoulou 2014, 2015, 2017; Page 2018.

<sup>23</sup> Уп. „Nadalje, interakcijom korisnika na njih nastaje novi internetski multimedijalni posredovani narativni žanr podijeljenih priča (engl. *shared stories*) definiran ‘kao prepričavanje, koje su proizveli mnogi kazivači, kroz iterativne tekstualne segmente, a koje promovira zajedničke stavove svojih kazivača’ (Page 2018: 18). Iako se na prvi pogled čini da je riječ o kompliciranom spoju više internetskih žanrova, to je upravo i njihova osnovna karakteristika – uređivanje, komentiranje, dodavanje novih detalja, zajedničko pripovijedanje i dijeljenje unutar internetske zajednice (usp. Laineste i Voolaid 2016: 32; Shifman 2014: 32; Page 2018: 18–23) koju uglavnom čini jedna mrežna stranica ili profil na društvenim mrežama”. (Predojević 2021: 143)

<sup>24</sup> На пример, употреба озбиљног регистра у тзв. *LOLCat* миму, који по правилу садржи неграматичан текст.

<sup>25</sup> „[A] more general form of pictures with overlaid text” (Shifman 2014: 110–111).

текст”).<sup>26</sup> Разумевање таквог интернет-мима као пародијског дакако зависи од одговарајуће дигиталне писмености – односно, мим-компетенције (енгл. *meme literacy* – Milner 2012).

4. *Мим-циклуси*. Као жанр интернет фолклора, интернет мим карактеришу варијантност и мултиплицитност, али и нове могућности које дозвољава интернет, попут проширене циркуларности и серијске цикличности (Foote 2007). О варијантности можемо говорити и у случају дељења мима без његове алтерације, с обзиром на промену контекста у којем је употребљен. Својеврсној епизодичности мимова доприноси или њихова везаност за типичне ситуације и догађаје, или за (а)типичне личности/ликове/јунаке. Полазећи од става да је интернет мим мултидимензионалан у погледу онога шта се може имитирати (миметичка/меметичка димензија), те да није у питању појединачни ентитет већ група садржаја које деле неке заједничке карактеристике, Л. Шифман (2014: 39) предлаже да се класификација интернет мимова изврши с обзиром на оно шта се може имитирати: форма, садржај или став. Форма се односи на медије путем којих се мим изражава, али и „жанровске обрасце који их организују (као што су синхронизација усана или анимација)” (Исто: 39). Садржај се односи на идеје и идеологије изражене појединачним мим-остварењем. Трећу димензију, став, предложила је по први пут Лимор Шифман, а односи се на „информације које мимови преносе о сопственој комуникацији”, тј. „начине на које се адресати позиционирају у односу на текст, његове језичке кодове, адресате и друге потенцијалне говорнике”.<sup>27</sup> Као и форма и садржај, и став се може имитирати – могу се опонашати одређена дискурзивна позиција или оријентација. Поменути ауторка (Исто: 20–22) издваја два основна механизма „препакивања” мима (енгл. *repackaging mechanisms of memes*): мимикрију и ремиксовање. Мимикрија је пракса рекреације мима од стране других корисника и/или путем других средстава (на пример, опонашање мима/рекреирање мим-сцене у офлајн окружењу), док се ремикс односи на манипулацију технологијом (на пример, додавање аудио-снимка и различите манипулације сликом). Док је прва стратегија својствена и традиционалном фолклору, друга је релативно нова (Исто: 20–21). Напомињемо, међутим, да се Шифман превасходно бавила видео-мимовима који имају изворни прототип (нпр. влог) и потоње деривације остварене поступцима ремиксовања и мимикрије (у истој или другим формама) (енгл. *founder-based meme* – Shifman 2014). Узимајући их као прототипичне представнике жанра, у овом се раду претежно усредсређујемо на, у датом тренутку најраширеније, облике интернет мима, тзв. егалитарне мимове (енгл. *egalitarian meme* – Shifman 2014), код којих не постоји изворни прототип него прототипична формула (синтакса појединачног мим-циклуса) која се модификује. Треба напоменути и то да је, према Александри Гергакопулу (Georgakopoulou 2014, 2015), само учешће интернет корисника у циркулисању дигиталног садржаја чин заузимања „наративног става”, односно креирања алтернативне

<sup>26</sup> <<https://knowyourmeme.com/memes/bottom-text>>. 23. 9. 2023.

<sup>27</sup> У оквиру ове димензије ауторка разликује 1. структуре учешћа (ко и како може учествовати); 2. тон и стил комуникације (у смислу концепта *keying* Е. Гофмана (Goffman 1974)); 3. комуникативне функције (у оквиру типологије Р. Јакобсона).

приче (рескриптовања), било да је у питању вербална и/или визуелна манипулација оригиналним артефактом или креирање веза (асоцијација) са другим причама. У том смислу сматрамо да је задржавање дистинкције у погледу синтаксе, семантике и прагматике интернет мима корисно јер се циклизације мима могу пратити кроз више димензија и у вези са различитим комбинацијама интеракција појединачних нивоа, при чему се прагматички моменат задржава као кровни.<sup>28</sup>

Као што смо претходно истакли, смисао мим-шаблона не мора бити самоевидентан, али улажењем у систем мим-форми тај шаблон стиче минимални садржај, тј. причу. На пример, мим познат као *Doge*<sup>29</sup> (сленг од енгл. *dog*, пас), не имплицира причу о уплашеном псу који води унутрашњи монолог или о псу интроверту, али у последњих десетак година просечан уживалац мимова ће свакако дати шаблон везати управо за овај оквир.<sup>30</sup>

(Прилог IV)

Примарна иконографија овог мима везује се за реалног пса расе шибину, по имену Кабосу, чија је слика почела да се користи као мим 2010. године, и од тада је прошла кроз више фаза<sup>31</sup>:

1. Дати образац се користи у оригиналном облику, као прича о уплашеном псу који води унутрашњи монолог, при чему до изражаја долази његова невиност, наивност, расејаност (текст обично јесте скуп неповезаних опсервација); занимљиво је да је врста слова увек иста (*Comic Sans*), те да је ова врста слова (у различитим бојама) на интернету постала генеричка ознака за унутрашњи монолог.

(Прилог V)

2. Користе се нове фотографије исте расе паса, али се улога и карактеристике јунака не мењају, као ни друге пропратне карактеристике.

(Прилог VI)

3. Манипулише се сликом, најчешће оригиналном (користе се различите дигиталне опције мењања фацијалних експресија пса и анимирања, додају се нови атрибути – капе са ознакама ради конкретизације политичко-идеолошке, националне, класне припадности итд.).

(Прилог VII)

<sup>28</sup> Дату дистинкцију преузимамо од Дејана Милутиновића (2012), који категорију жанра разуме преко сингаматичких и парадигматичких особина синтаксе, семантике и прагматике знака, тј. жанра. Парадигматика синтаксе тиче се групе формалних обележја знака без конкретне реализације, а синтаматика синтаксе се односи на конкретну форму преко које је знак остварен. Парадигматика семантике тиче се семантичког поља у оквиру којег се смисао конституише, а синтаматика семантике смисла синтаксе у конкретној ситуацији. Парадигматика прагматичког нивоа односи се на психо-идеолошких вредности контекста у оквиру којег је знак тумачен, а синтаматика овог нивоа тиче се конкретне дискурсне праксе у оквиру којих се синтакса и семантика знака остварују као смислене. У контексту истраживања интернет мима, дата разликовања дозвољавају промишљање поетике жанра и у вези са прототипичним карактеристикама жанра (његовом парадигматиком) и, како смо горе навели, у вези са његовим конкретним реализацијама (циклизацијама) у онлајн заједницама (синтаматика жанра). Иако Милутиновићева типологија делимично одговара оној Л. Шифман, сматрамо да је иста прецизнија и адекватнија за шири контекст проучавања жанра интернет мима у његовој когнитивној димензији.

<sup>29</sup> <<https://knowyourmeme.com/memes/doge>>. 23. 9. 2023.

<sup>30</sup> Моника Фут (Foote 2007: 30) напомиње да корисници препознају серијски карактер, варијабилност, мултиплицитет и ширење „сајбер фолклорног садржаја” унутар једне интернетске заједнице.

<sup>31</sup> Подаци су дати према <<https://knowyourmeme.com/memes/doge>>. 23. 9. 2023.

4. Користе се слике које немају никакве везе са прото-мимом – на пример, мимови о познатим политичарима који воде унутрашње разговоре са самима собом, као у онлајн дебати која је у америчком политичком простору вођена између противника двеју странака.

(Прилог VIII)

5. Од 2016. године, када *Doge* досеже највећу популарност (2017. постаје чак и заштитно лице једне криптовалуте, *dogecoin*-а, као сатира криптовалута), јављају се нови, данас једнако препознатљиви подциклуси, у оквиру којих је промењена синтакса, семантика и/или прагматика оригиналног мима:

А) иронични *Doge*, различито манипулисана слика превасходно расе шибба ину, у чудним и надреалним ситуацијама, при чему дискурс више није унутрашњи монолог, а хумор је апсурдни или црни хумор (од 2016, пик популарности досегао 2018. године).<sup>32</sup>

(Прилог IX)

Б) Тзв. *Cheems*, мим који користи слику истоименог пса расе шибба ину, чија је фацијална експресија сигнал за негодовање и, најчешће, убогост, а текст мима је опонашање говора беба, уз погрешно спеловање (од 2019. године).<sup>33</sup>

(Прилог X)

В) *Swole Doge/Chad doge* – слика главе оригиналног *Doge*-а, али са телом врло мишићавог човека, као симбол супериорности, снаге, виталности итд. (од 2019. године).<sup>34</sup>

(Прилог XI)

В1. За ову се групу може везати низ подваријанти у којима је тело пса неки објекат, нпр. хлеб („добар као хлеб” – враћање оригиналном миму).

(Прилог XII)

В2. Обрнута варијанта у којој је задржано тело пса, али је глава људска – нпр. глава глумца Николаса Кејца.

(Прилог XIII)

В3. Комбинација пса и мачке.

(Прилог XIV)

Г) *Swole doge vs. cheems* – комбинација два мима, при чему је хумор заснован на јукстапозиционирању – и опонирању – два пса као симбола две групе животних ставова, често ставова који припадају различитим историјским периодима (настао 2019, од 2020. врло популаран).<sup>35</sup>

(Прилог XV)

Дати прото-мим је прошао кроз више фаза синтаксичких, семантичких и прагматичких варијација, те можемо говорити о циклусу мимова са прото-мимом као примарним или секундарним интерпретативним оквиром. Његова виралност почива на практично неограниченом броју (текстуалних) конкретизација, односно могућности активирања широког дијапазона

<sup>32</sup> <<https://knowyourmeme.com/memes/ironic-doge-memes>>. 10. 6. 2024.

<sup>33</sup> <<https://knowyourmeme.com/memes/cheems>>. 10. 6. 2024.

<sup>34</sup> <<https://knowyourmeme.com/memes/swole-doge>>. 10. 6. 2024.

<sup>35</sup> <<https://knowyourmeme.com/memes/swole-doge-vs-cheems>>. 10. 6. 2024.

реципијентових знања и искустава. У контексту датог циклуса посебно су занимљиве артикулације мимова у конкретним културним интернет заједницама. На пример, чини се да је у српској интернет заједници (*sic*) нарочито популарна варијанта *Swole Doge/Chad doge*, са конкретизацијама које укључују опонирање урбаног и руралног, савременог и традиционалног, југословенског и српског, и слично.

5. *Мим у контексту когнитивне теорије вербалног хумора*. Назначавамо могући правац даљих истраживања циклуса интернет мимова, имајући у виду генеричку везу овог жанра са жанром вица: наиме, према нашим сазнањима до сада нису спроведена истраживања датих циклуса из позиције опште теорије вербалног хумора (General theory of verbal humor/ GTVH) (Raskin, Attardo 1991). Основна теза дате теорије, као и семантичке теорије хумора базиране на скрипти (Script-based semantic theory of humour/SSTH) (Raskin 1985) на коју се она ослања, јесте да је хумор резултат делимичног преклапања двају или више опонираних когнитивних скриптова, који су притом делимично или потпуно компатибилни са хумористичким текстом у којем се налазе. Сматрамо да је GTVH теоријско-методолошка основа погодна за проучавање циклуса интернет мимова због тога што разликује нивое организације информација („изворе знања”) у оквиру хуморног вербалног стимулуса и односе између њих (доњи нивои регулишу информације које се могу јавити на вишим нивоима вербалне структуре), што омогућава компаративну анализу хумористичких текстова какви су вицеви – и интернет мимови. Примена теорије у датом контексту подразумевала би и адаптације с обзиром на мултимодалну природу, те прагматику жанра интернет мима. Са друге стране, извори знања које GTVH постулира дозволили би поређење варијанти мимова с обзиром на синтаксичке, семантичке и (донекле) прагматичке факторе. Дату хијерархију, од горњих ка доњим (најважнијим) нивоима, сачињавају следећи параметри: језик, наративне стратегије, циљ, ситуација, логички механизми, опозиција између скрипата. Дакле, разлика између два вица биће најмања код парафразае, а највећа уколико се промени тип инконгруенције унутар њих. На пример, док о *Cheems* миму можемо говорити као о варијанти *Doge* прото-мима, јер су сви његови параметри задржани или благо модификовани, у случају *Swole Doge/Chad doge* мима можемо говорити о новом циклусу, јер је суштинска опозиција коју дати мим имплицира промењена. Релација према *Doge* миму је дакако задржана, али у овом случају је упутније говорити о интертекстуалној вези, а не варијанти.

6. *Закључак*. Сагледани као „дигитално дистрибуирани духовити мултимодални извештаји” (Muktupāvela 2018), интернет мимови захтевају дескриптивнопоетичко разматрање које је, услед разноврсности *видова* актуелности и аспеката духовитости унапред „осуђено” на одсуство свеобухватности.<sup>36</sup> На фону досадашњих истраживања мима, наш рад је био усмерен ка уже специјализованим проучавањима – спецификацији садржаја и пракси партиципације мима у интернет заједници, жанровској

<sup>36</sup> „The hybridity of this vernacular web warrants a shift in methodology from a focus on media objects to an attention to the ‘persistent processes’ of user activities on participatory media” (Seta 2019: 173).

класификацији, могућностима анализе циклуса интернет мимова, проблему наративизације, те интернет миму у контексту теорије вербалног хумора. Неки од проблема који су уочени у раду и захтевају подробније испитивање тичу се: наративног потенцијала мим-обрасца као минималне јединице интернет мима, жанра вица као протожанра на којем се интернет мим гради (и, сходно томе, корелација између компетенције за хумор и мим компетенције), циклизације интернет мимова, и, посебно, функције уже интернет заједнице у уоквиравању синтаксе, семантике и прагматике појединачних циклуса, уз други, кровни проблем који се односи на праксе и принципе обликовања појединачних интернет заједница. Надређена когнитивистичка теоријско-методолошка парадигма омогућила нам је да, ако не објединимо, онда понудимо правац даљих истраживања датог жанра у смислу моделовања његових инваријантних (парадигматских синтаксичких, семантичких и прагматичких) карактеристика, уз уважавање широког опсега контекстуалних варијација жанра. У том је смислу шири циљ овог рада био да назначи кључне појмове и алтернативна методолошка оруђа за анализу како жанра интернет мима, тако и дигиталног фолклора уопште.

### Цитирана литература

- Банић Грубишић, Ана. *Интернет мимови између фолклора и популарне културе*. Београд: Филозофски факултет, Одељење за етнологију и антропологију, Досије студио, 2023.
- Бојанић Ћирковић, Мирјана, и Оливера Марковић. „Мим у настави: ка високообразовном контексту”. *Годишњак за српски језик*, бр. 21 (2023): 185–202.
- Марковић, Оливера. „Процес грађења менталних репрезентација за јунака пародије (јунак пародије као вечити путник између светова)”. *Language, literature, process 2023 – book of abstracts*, 2023: 29–30.
- Attardo, Salvatore, & Victor Raskin. „Script theory revis(it)ed: Joke similarity and joke representation model”. *Humor: International Journal of Humor Research*, 4 (3-4) (1991): 293–347.
- Bauman, Marcy Lasotta. „The evolution of internet genres”. *Computers and Composition*, 16(2) (1999): 269–282.
- Blank, T. J. „Toward a Conceptual Framework for the Study of Folklore and the Internet”. In: T. J. Blank (ed.). *Folklore and the Internet: Vernacular Expression in a Digital World*, Utah State University Press, 2009: 1–20.
- Burgess, Jean. „Hearing ordinary voices: cultural studies, vernacular creativity and digital storytelling”. *Continuum: Journal of Media & Cultural Studies*, 20(2) (2006): 201–214.
- Georgakopoulou, Alexandra. „Small stories transposition and social media: A micro-perspective on the ‘Greek crisis’”. *Discourse & Society*, 25(4) (2014): 519–539.
- Georgakopoulou, Alexandra. „Small Stories Research Methods – Analysis – Outreach”. In: Anna De Fina and Alexandra Georgakopoulou (eds.). *The Handbook of Narrative Analysis*. Chichester West Sussex: John Wiley & Sons, 2015: 255–271.
- Georgakopoulou, Alexandra. „Sharing the moment as small stories: The interplay between practices & affordances in the social media-curation of lives”. *Narrative Inquiry*, 27(2) (2017): 311–333.
- Georgakopoulou, Alexandra & Giaxoglou, Korina. „Emplotment in the Social Mediatization of

- the Economy: The Poly-Storying of Economist Yanis Varoufakis". *Language@Internet*. 2018. 25. 12. 2023.
- Giora, Rachel. „On the cognitive aspects of the joke". *Journal of Pragmatics*, 16(5) (1991): 465–485.
- Dokins, Ričard. *Sebični gen*. Preveo Petar Kružić. Zagreb: Izvori, 2007.
- Kaplan, Frederik i Nova, Nikolas. *Kultura internet mimova*. Beograd: Fakultet za medije i komunikacije, 2022.
- Kirschenblatt-Gimblett, Barbara. „The electronic vernacular". In: George E. Marcus (ed.). *Connected: engagements with media*. Chicago: The University of Chicago Press, 1996: 21–65.
- Lakoff, George. *Women, Fire and Dangerous Things: What Categories Reveal About the Mind*. Chicago: University of Chicago Press, 1987.
- Lialina, Olia and Dragan Espenschied (eds.). *Digital folklore*. Stuttgart: Merz & Solitude, 2009.
- Milner, Ryan M. *The World Made Meme: Discourse and Identity in Participatory Media*. Kansas: University of Kansas, 2012, PhD dissertation.
- Milner, Ryan M. „Pop polyvocality: Internet memes, public participation, and the Occupy Wall Street movement". *International Journal of Communication*, 7 (2013): 2357–2390.
- Milutinović, Dejan. *Istorijska poetika detektivskog žanra*. Niš: Filozofski fakultet, 2012. Neobjavljena doktorska disertacija.
- Muktupāvela, Rūta. „University Students' Humour in Digital Environment: Internet Memes as a Folklore Genre". *Culture Crossroads*, 12(1) (2018): 4–18.
- Predojević, Željko. „O ludičkoj kletvi u humorom diskursu internetskih žanrova". *Narodna umjetnost: hrvatski časopis za etnologiju i folkloristiku*. Decembar 2021. Hrčak. 14. 9. 2023.
- Rosch, Eleanor. „Natural categories". *Cognitive Psychology* 4 (3) (1973): 328–350.
- Rosch, Eleanor. „Principles of categorization". In: A. Collins & E. E. Smith (eds.). *Readings in Cognitive Science: A Perspective from Psychology and Artificial Intelligence*. San Mateo, CA: Morgan Kaufmann Publishers, 1978: 312–22.
- Ryan, Marie-Laure. „The Modes of Narrativity and Their Visual Metaphors". *Style* 26 (1992): 368–87.
- Ryan, Marie-Laure. *Narrative across Media: the Languages of Storytelling*. Lincoln and London: University of Nebraska Press, 2004.
- Ryan, Marie-Laure. *Avatars of Story*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2006.
- Saint Laurent, Constance de, Vlad P. Glăveanu, and Ioana Literat. „Internet Memes as Partial Stories: Identifying Political Narratives in Coronavirus Memes". *Social Media + Society*. January 2021. Sage Journals. 15. 9. 2023.
- Seta, Gabriele de. „Digital Folklore". In: Jeremy Hunsinger, Lisbeth Klastrup and Matthew M. Allen (eds.). *Second International Handbook of Internet Research*. Dordrecht: Springer, 2019.
- Suls, J. M. „A two-stage model for the appreciation of jokes and cartoons". In: J. H. Goldstein and P. E. McGhee (eds.). *The psychology of humor: Theoretical perspectives and empirical issues*. New York, NY: Academic Press, 1972: 81–100.
- Shifman, Limor. *Memes in Digital Culture*. Cambridge, MA: MIT Press, 2014.
- Fludernik, Monica. *Towards a 'natural' narratology*. London: Routledge, 1996.
- Foote, Monica. „Userpicks: Cyber Folk Art in the Early 21st Century". *Folklore Forum*, 37(1) (2007): 27–38.
- Herman, David. *Story logic: problems and possibilities of narrative*. Lincoln and London: University of Nebraska Press, 2002.
- Herman, David. *Storytelling and the Sciences of Mind*. Cambridge, Mass.: MIT Press, 2017.
- Coulson, Seana. *Semantic leaps: Frame-shifting and conceptual blending in meaning construction*. Cambridge, MA: Cambridge University Press, 2001.
- Wong, Phillomina. *Your Meme is Internet Folklore. The popular images with funny taglines are more than a part of Internet culture*. <<https://www.uscannenberghmedia.com/2016/05/12/your-meme-is-internet-folklore/>> 21. 11. 2023.

## Извори

<<https://www.facebook.com/photo/?fbid=10227081210950191&set=g.330715551521275>>.  
<<https://knowyourmeme.com/>>.  
<<https://knowyourmeme.com/memes/bottom-text>>.  
<<https://knowyourmeme.com/memes/doge>>.  
<<https://knowyourmeme.com/memes/ironic-doge-memes>>.  
<<https://knowyourmeme.com/memes/cheems>>.  
<<https://knowyourmeme.com/memes/swole-doge>>.  
<<https://knowyourmeme.com/memes/swole-doge-vs-cheems>>.  
<<https://knowyourmeme.com/memes/this-is-fine>>.  
<<https://knowyourmeme.com/memes/distracted-boyfriend>>.

Olivera S. Marković  
Mirjana D. Bojanić Ćirković

### POETICS OF MEME AS A FOLKLORE INTERNET GENRE

#### Summary

The paper studies the (cognitive) poetic aspects of the internet meme as a digital folklore genre, i.e., the syntax, semantics, and pragmatics of the given form, from offline and online memes to their cyclization. Especially emphasizing the correlation between the concept of meme in Richard Dawkins and the Internet meme, the first part of the paper focuses on the pragmatic dimension of the given genre and its functionality in the Internet communities. The second part of the paper discusses the narrative nature of the Internet meme, its humorous dimension and relations to the genre of jokes. In the final part of the paper, the possibility of applying the General Theory of Verbal Humor as a methodological basis for studying cycles of internet memes is considered.

**Keywords:** meme, digital folklore, formularity, narrativity, humor, parody, cyclization, cognitive poetics.

## Прилози

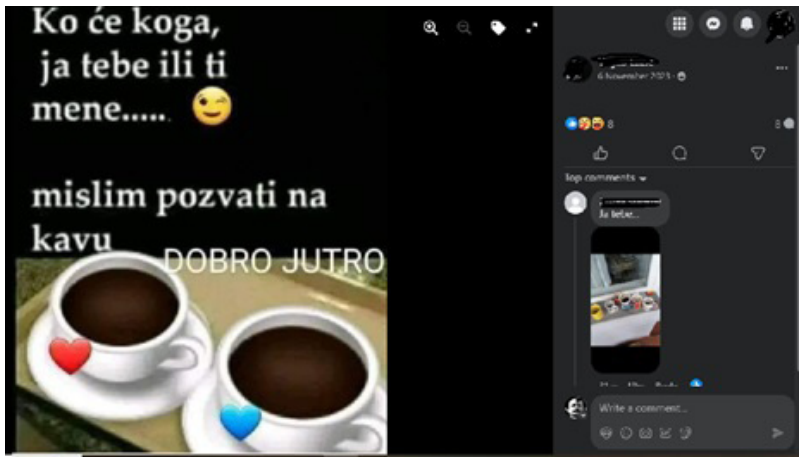
I



II



III



IV



V



VI



VII



VIII



IX



X



XI



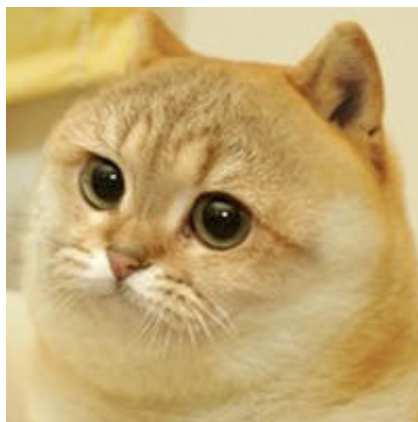
XII



XIII



XIV



My dad at 17:



Me at 17:



Оксана Микитенко\*  
Институт за историју уметности,  
фолклористику и етнологију  
„Максим Рилски”  
Националне академије наука Украјине  
Кијев, Украјина

## УКРАЈИНСКА ПАТРИОТСКА ПЕСМА *ОЙ У ЛУЗИ ЧЕРВОНА КАЛИНА:* ДИНАМИКА И ВИШЕСЛОЈНОСТ ЖАНРОВСКЕ АТРИБУЦИЈЕ



Песма која је настала у западном делу Украјине 1914. године данас је позната свуда на украјинској етничкој територији, а такође у иностранству. Песма експликује синтентизам жанровске парадигматике украјинског фолклора. Усмени текст, који се сматра основом песме, био је записан на почетку у селу Марјанивка савремене Кировоградске области као козачка песма, касније скраћен и прераен за драмско дело (Чарнецки). Успех драме узроковао је широку популарност песме, која је добила изразите карактеристике војне химне легије Украјинских сичових стрелаца (*Українські січові стрільці*) у саставу аустроугарске војске. Структурно-типолошке и садржајно-поетске особине стрелачке (*стрільцьке*) песме дозвољавају успостављање паралеле са жанром историјских песама и традицијама козачког епа. Песма је такође популарна у савременој масовној култури Украјине.

**Кључне речи:** Украјина, *Українські Січові стрільці*, фолклор, жанр, патриотска песма *Ой у лузі червона калина*.

Проблем терминологије и класификације у хуманистичким дисциплинама, посебно у фолклористици и те како је актуелан, а његово разматрање из домена различитих научних школа представља несумњив допринос славистици. Данас проблем класификације поставља нова питања, с обзиром на то да термилошки системи у различитим научним традицијама имају своју специфичност и историју. Преклапање, као и неслагање синонимних термина честа је појава у фолклористици, посебно када се ради о класификацији новијих фолклорних дела, било наративне или песничке природе. Те појаве рефлектују динамичност фолклорног процеса и условљавају одговарајућу парадигматику жанровских веза, као и атрибуцију жанра. Један од таквих примера је у данашњој Украјини актуелна песма *Ой у лузі червона калина*. Као химна украјинског отпора војној инвазији РФ, песма је добила нарочиту популарност од краја фебруара 2022. г., када ју је

\* oksana\_mykytenko@hotmail.com

CIP - Каталогизација у публикацији  
Народна библиотека Србије, Београд

ISBN -978-86-7301-210-0