UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií

Bakalářská práce

2023 **Luděk Březina**

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií

Druhy internetových memů: Teorie memů a intertextualita v internetové kultuře

Bakalářská práce

Autor práce: Luděk Březina

Studijní program: Mediální studia

Vedoucí práce: Ulrike Lütke Notarp, Ph.D.

Rok obhajoby: 2023

Prohlášení

1. Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracoval samostatně a použil jen uvedené prameny a literaturu.
2. Prohlašuji, že práce nebyla využita k získání jiného titulu.
3. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna pro studijní a výzkumné účely.

V Praze dne 27.4. 2023 Luděk Březina

Bibliografický záznam

BŘEZINA, Luděk. *Druhy internetových memů: Teorie memů a intertextualita v internetové kultuře.* Praha, 2023. 97 s. Bakalářská práce práce (Bc). Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, Katedra mediálních studií. Vedoucí diplomové práce Ulrike Lütke Notarp, Ph.D.

Rozsah práce: 55 609 znaků včetně mezer

Abstrakt

Předmětem této bakalářské práce jsou druhy internetových memů. Termín mem se od svého vzniku v oblasti evoluční biologie značně posunul a dnes je známý především v souvislosti s prostředím Internetu. Jeho digitální povaha je totiž ideální pro vznik a šíření internetových memů, a tudíž i jejich zkoumání. Na začátku této práce popisuji vlastnosti digitální kultury klíčové pro prostředí Internetu a vedoucí k formování jeho vlastní kultury. Jako pomyslné dveře do zkoumání této kultury pak uvádím internetové memy, které v duchu původní definice memu Richarda Dawkinse představují jednotky internetového kulturního obsahu. Práce dále popisuje teorii memů Susan Blackmore a myšlenku intertexuality Julie Kristevy, přičemž následně kombinuje podobnosti obou teorií při definování čtyř základních druhů memů. V analytické části jsou principy tohoto rozdělení demonstrovány na příkladech vybraných internetových memů, u kterých jsou skrze sémiotickou analýzu popisovány jak znaky nutné k jejich zařazení, tak určení jejich celkového místa v internetové kultuře.

Abstract

The subject of this bachelors thesis is the different kinds of Internet memes. The term meme has evolved considerably since its origin in the field of evolutionary biology, and is now known primarily in the context of the Internet environment. Its digital nature makes it ideal for the creation and spread of Internet memes, and thus also for their study. At the beginning of this thesis, I describe the characteristics of digital culture crucial to the Internet enviroment and the formation of its own culture. I then introduce Internet memes as an imaginary doorway into the exploration of this culture, which, in the spirit of Richard Dawkins' original definition of a meme, represent units of Internet cultural content. The thesis then goes on to describe Susan Blackmore's theory of memes and Julia Kristeva's idea of intertextuality, subsequently combining the similarities of the two theories in defining four basic types of internet memes. In the analytical part, the principles of this categorization are demonstrated through semiotic analysis of selected Internet memes, in which both the features necessary for their classification and definition of their overall place in Internet culture are described.

Klíčová slova

Internet, internetové memy, digitální kultura, internetová kultura, teorie memů, intertextualita

Keywords

Internet, internet memes, digital culture, internet culture, memetics, intertextuality

Title/název práce

The kinds of internet memes: The concept of memes and intertextuality in the internet culture

Poděkování

Rád bych chtěl poděkovat své vedoucí práce, Ulrike Lütke Notarp, Ph.D., která mi během psaní vždy rychle poskytla radu i inspiraci. Dále bych pak chtěl poděkovat všem členům rodiny, blízkým i přátelům, kteří mě podporovali skrze celé mé studium i mimo něj.

Obsah

Úvod 2
1. Digitální kultura a Internet 3
1.1 Internetový obsah 3
1.2 Sociální interakce na Internetu 4
1.3 Internetová kultura 4
2. Teorie memů 5
2.1 Definice pojmu Mem 5
2.2 Memetika 5
2.3 Internetové memy 6
2.4 Podoba internetových memů 7
2.5 Hloubka internetových memů 8
3. Intertextualita 9
3.1 Definice pojmu intertextualita 9
3.2 Intertext a Smrt autora 10
3.3 Intertextualita a teorie memů 10
4. Metodologie 11
4.1 Sémiotická analýza jako metoda výzkumu 11
4.2 Koncept analýzy a charakteristika zkoumaných internetových memů 12
5. Analytická část 13
5.1 Komunitní memy – nízký memetický potenciál, nízký intertextuální nárok 13
5.1.1 Studentské memy 14
5.1.2 Mono - referenční mem stránky 16
5.1.3 Shrnutí 17
5.2 Masové memy – vysoký memetický potenciál, nízký intertextuální nárok 18
5.2.1 Masové mem portály 18
5.2.2 Popkulturní memy 21
5.2.3 Shrnutí 22
5.3 Vžité internetové memy – vysoký memetický potenciál, vysoký intertextuální nárok 23
5.3.1 Globální mem komunita 23
5.3.2 Pattern recognition memy 26
5.3.3 Ritualizované memy a shrnutí 28
5.4 Obskurní memy – nízký memetický potenciál, vysoký intertextuální nárok 29
5.4.1 Kontrakulturní memy 30
5.4.2 Kult mem stránky 31
5.4.3 Shrnutí 33
Závěr 34
Summary 35
Použitá literatura a internetové zdroje 36
Zdroje použitých obrázků 38
Teze bakalářské práce 40
Seznam obrázků 42

Úvod

Tato práce se zabývá zkoumáním a kategorizací internetových memů. Ty představují obrovský pilíř komunikace v prostředí Internetu a jejich studiem tak můžeme získat hlubší poznatky o hodnotách jednotlivých uživatelů i fungování širších internetových komunit. Jednotliví uživatelé a komunity mají přitom svá specifika, což vede i k obrovské rozmanitosti a odlišnosti jimi produkovaných a sdílených memů.

V této práci jsem se rozhodl tyto odlišnosti zkoumat a skrze jejich analýzu a porovnávání stanovit čtyři základní druhy internetových memů. Při jejich klasifikaci jsem přitom vycházel z principů dvou teorií, teorie memů a intertextuality, které jsem zároveň vztahoval vůči specifikům prostředí Internetu a jeho kultury.

1. Digitální kultura a Internet

Pojem kultura je definován různě[1], jedna z nejrozšířenějších definic ho však popisuje jako „způsob života, především běžné zvyky a přesvědčení určité skupiny lidí v určitou dobu.“[2] Mezi tyto skupiny lidí lze zařadit i uživatele Internetu, největší světové digitální sítě. Ten se totiž od svého počátku coby nástroje komunikace mezi několika málo technologickými experty změnil na globální digitální médium, které jeho uživatelé vidí méně jako technologický nástroj a více jako reálné místo žijící vlastním životem.[3] Při jeho zkoumání je důležité zmínit digitální kulturu, která mapuje vliv digitálních médií na šíření, produkci, transformaci a komunikaci kulturních obsahů v digitálních médiích a tudíž lze její zákonitosti uplatnit i na samotnou kulturu Internetu jako takovou, V následujících kapitolách bych se rád zaměřil na to, jak se vlastnosti digitálních médií promítají do obsahu a sociálních interakcí v prostředí Internetu a definují tak jeho vlastní kulturu.

1.1 Internetový obsah

Pro obsah šířící se digitálními médii je klíčová modulárnost a proměnlivost[4] jeho formy. Jednotlivé obsahy, např. text, hudba, či obraz, jsou totiž v digitálním prostředí složeny z jednotlivých jednotek kódu, neboli bytů, které dokážou být rozloženy a složeny v nepřeberném množství kombinací.[5] Tyto principy definují internetový obsah, který je neustále tvořen, sdílen a upravován dalšími uživateli. Ty jsou dále definování jako „produsers“, neboli „prozumenti“, tedy konzumenti a producenti obsahu v jednom. Internetové prostředí přitom pro masové rozšíření prozumentů zásadní, protože každému uživateli nabízí velmi jednoduché nástroje pro tvorbu vlastního obsahu a následně zapojení

[1] HIGHMORE, Ben, 2016. *Culture*. [online] London ; New York: Routledge. Key Ideas in Media and Cultural Studies. ISBN 1-136-47298-3. Dostupné z: https://ebookcentral.proquest.com/lib/cuni/detail.action?docID=4185665&pq-origsite=primo.
[2] *Cambridge Dictionary: Culture* [online]. [cit. 2023-04-28].
[3] SCHULTE, Stephanie Ricker, 2013. *Cached: Decoding the Internet in Global Popular Culture*. [online] New York, NY: New York University Press. Critical Cultural Communication. ISBN 0-8147-8868-8. Dostupné z: https://search-ebscohost-com.ezproxy.is.cuni.cz/login.aspx?direct=true&AuthType=ip,shib&db=e000xww&AN=564159&lang=cs&site=ehost-live&scope=site
[4] PAVLÍČEK, Antonín, 2010. *Nová média a sociální sítě*. Praha: Oeconomica. ISBN 978-80-245-1742-1.
[5] DIJK, Jan van. *The network society*. 2nd edition. Thousand Oaks: Sage Publications, 2012, ISBN 978-1-4462-4895-9.

do komunikace s ostatními.[6] Něco, co přitom uživatelskou tvorbu velmi ovlivňuje, jsou systémy hodnocení a komentářů, například „likes“ na sociální sítí Facebook či „upvotes“ a „downvotes“ na platformě Reddit. Tyto vlastnosti určitých stránek umožňují autorovi ihned vidět reakci ostatních uživatelů na jeho obsah a případně jej upravovat tak, aby získal požadovanou reakci.

1.2 Sociální interakce na Internetu

Digitální média umožňují propojení uživatelů na všech sociálních úrovních, tedy individuálních, skupinových, komunitních i společenských. Takto propojení uživatelé se přitom mohou znát jak z reálného světa, tak čistě z digitálního prostředí.[7] To dělá Internet místem , kde si každý uživatel může najít vlastní okruh spřízněných uživatelů, přičemž si sám určuje jejich okruh a míru participace v něm. Komunikace na internetu potom dále charakterizuje komunikační model many-to-many, ve kterém je informace generována několika zdroji, načež je i převzata několika zdroji. Tento model je typický pro digitální média a poskytuje další rozšíření participačních a komunikačních možností uživatele.[8]

1.3 Internetová kultura

Ve výsledku tak Internetová kultura stojí na vlastnostech digitální kultury, přičemž stále do určité míry zrcadlí tu z reálného světa. Mimo zprostředkování komunikace mezi uživateli, kteří se již znají z reálného světa totiž umožňuje vznik nových vazeb a skupin čistě na základě jejich interakce v digitálním prostředí. Každý uživatel má pak obrovské možnosti při tvorbě či sdílení a upravování obsahu, především s jakým okruhem uživatelů ho chce přesně sdílet, zda-li s malou uzavřenou komunitou, či úplně neznámými uživateli, přičemž není vyloučena ani kombinace obojího. Mimo globalizace obsahu tak internet zároveň přispívá k jeho glokalizaci[9], neboli procesu, kdy jsou globální statky přejímány a

[6] PAVLÍČEK, Antonín, 2010. *Nová média a sociální sítě*. Praha: Oeconomica. ISBN 978-80-245-1742-1.
[7] DIJK, Jan van. *The network society*. 2nd edition. Thousand Oaks: Sage Publications, ISBN 978-1-4462-4895-9.
[8] PAVLÍČEK, Antonín, 2010. *Nová média a sociální sítě*. Praha: Oeconomica. ISBN 978-80-245-1742-1
9 SHIFMAN, Limor a Mike THELWALL. *Assessing global diffusion with Web memetics: The spread and evolution of a popular joke*. Journal of the American Society for Information Science and Technology [online]. Hoboken: Wiley Subscription Services, Inc., A Wiley Company, 2009, 60(12), s. 2567-2576 [cit. 2023-04-16]. ISSN 1532-2882. Dostupné z: doi:10.1002/asi.21185

upravovány lokálními komunitami.

Celý tento proces tak vede ke vzniku specifické internetové kultury, ve které více či méně participuje každý uživatel Internetu. Typ obsahu, na kterém lze chování uživatelů v této kultuře demonstrovat, jsou internetové memy, které jsou její neodmyslitelnou součástí.

2. Teorie memů

2.1 Definice pojmu Mem

Pojem mem poprvé použil evoluční biolog Richard Dawkins v knize Sobecký gen.[10] V ní mluví o „soupeření" genů o zastoupení v dalších generacích, přičemž organismy jsou jejich pouhými výtvory, nosiči, které si postavily, aby se mohly účinněji prosazovat ve světě. Úspěšné geny se pak nazývají replikátoři, poněvadž jsou dalšími generacemi napodobovány. O memech mluví Dawkins jako o kulturní obdobě genu, tedy, jako o kulturní jednotce dědičnosti. Může se jednat o zóny, myšlenky, módní fráze, módní směry, způsoby výroby keramiky nebo stavby oblouků, přičemž se šíří „přeskakováním z mozku do mozku procesem, který můžeme v širším slova smyslu nazvat imitací."

2.2 Memetika

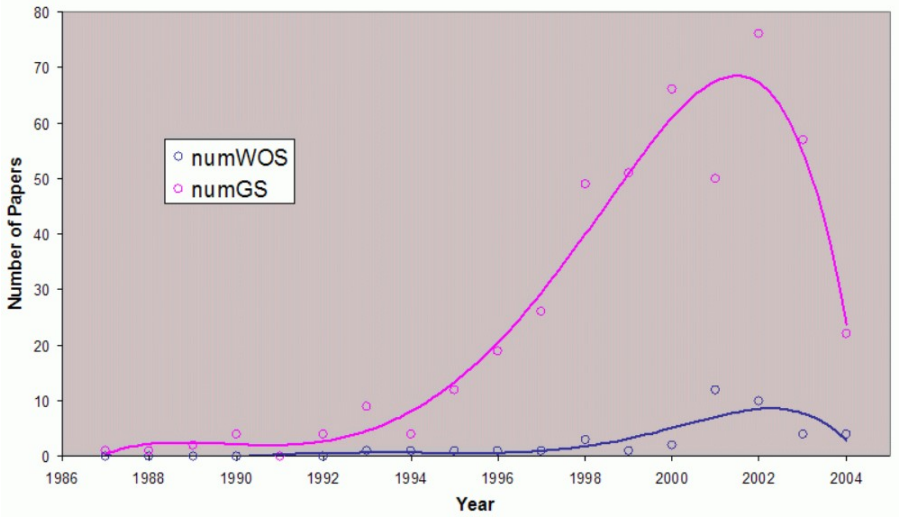
Pojem se dále stal základním bodem vědeckého směru memetika, který skrze memy vysvětluje šíření informací, vzorců chování apod. Tuto teorii a směr poprvé zpopularizovala Susan Blackmoore v knize Teorie memů: Kultura a její evoluce.[11] Kniha poskytla nový pohled na šíření informací a společenských fenoménů skrze proces imitace. I když byl tento proces různými vědci popisován již dříve, teorie Blackmoore se od teorií jejích předchůdců nejvíce odlišuje tím, že memy coby replikátory staví v procesu imitace do aktivní role a lidi do pasivní. Celý proces kulturního vývoje lidstva je tak podle ní vedlejším produktem soupeření memů, pro které jsou lidské bytosti pouhými nástroji pro přesun skrze imitaci.[12]

[10] DAWKINS, Richard. *The selfish gene*. 40th anniversary edition. [online]. Oxford, England: Oxford University Press, 2016, [cit. 2023-01-10]. ISBN 0-19-109306-8. Dostupné z: https://ebookcentral.proquest.com/lib/cuni/reader.action?pq-origsite=primo&ppg=4&docID=4545419

[11] BLACKMORE, Susan J. a Martin KONVIČKA, 2001. *Teorie memů: kultura a její evoluce*. Praha: Portál. ISBN 80-7178-394-3.

[12] JAHODA, Gustav. *The ghosts in the meme machine*. History of the human sciences [online]. London, England: SAGE Publications, 2002, 15(2), s. 55-68 [cit. 2023-03-06]. ISSN 0952-6951. Dostupné z: doi:10.1177/0952695102015002126

Tato teorie byla kritizována za až přílišné zveličování důležitosti memů, zároveň však kniha dokázala stanovit teorii memů jako slibný způsob nahlížení na přenos informací a kulturní vývoj skrze principy evolučního darwinismu.[13] Memetika jako vědecký směr však i přes veškeré své ambice, ve kterých se pokoušela vysvětlit velké koncepty jako náboženství či vědomí, selhala v zaujmutí širší akademické obce a její relevance po krátké době uvadla.



Obrázek 1 Každoroční počet akademických prací zmiňující slovo „memetic" podle Google Scholar (numGS, růžově) a podle citačního indexu ISI (modře, dnes Web Of Science), (JAHODA,2024)

2.3 Internetové memy

Memetika si však svoje místo přece jen v jedné oblasti našla. S nástupem internetu a sociálních sítí se totiž dostavil fenomén internetových memů. Tři nejšíře přisuzované a nejzásadnější charakteristiky memů jsou totiž:

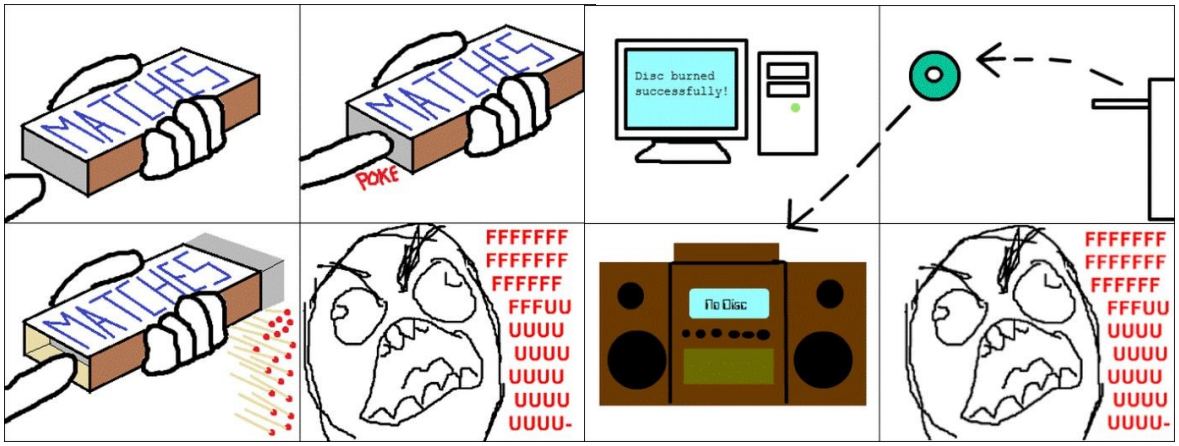
1. Mem představuje šířenou kulturní informaci z člověka na člověka
2. Šíří se skrze proces imitace
3. Soupeří mezi sebou o pozornost kvůli selekci „hostitelů" [14]

Tyto vlastnosti a potažmo celý koncept memů lze velmi pohodlně přenést do online prostředí. Oproti komunikaci probíhajícím v reálném světě zde totiž probíhá komunikace digitální, jejíž vlastnosti umožňují snadněji zkoumat její memetické principy

[13] AUGNER, Robert. *Darwinizing Culture: The Status of Memetics as a Science* [online]. Oxford, UK: Oxford Academic, ISBN 9780191670473.
Dostupné z: https://doi-org.ezproxy.is.cuni.cz/10.1093/acprof:oso/9780192632449.001.0001
[14] SHIFMAN, Limor. Memes in a Digital World: Reconciling with a Conceptual Troublemaker. *Journal of computer-mediated communication* [online]. Oxford, UK: Blackwell Publishing, 2013, 18 (3), s. 362-377 [cit. 2023-01-10]. Dostupné z: doi:10.1111/jcc4.12013

2.4 Podoba internetových memů

Média označovaná jako internetový mem se mohou podstatně lišit. Může se jednat o text, videa, obrázky, rituály, fráze, atd., dají se však přibližně kategorizovat do desítek žánrů, přičemž má každý své struktury, pravidla, témata, publika, apod.[15] Může se tak například jednat o kultovní LOLCats[16] či RageComics[17], které se ustanovili v internetové historii jako jedny z prvních příkladů virálních internetových memů.



Obrázky 2,3 Rage Comics(Acid Cow a, Acid Cow b)

Nebo o formu výstřelku, kdy je oběť po kliknutí na odkaz odkázána na klip k písni Ricka Astleyho „Never Gonna Give You Up“, tzv. Rickroll[18].

Co se tak týče samotné formy, internetové memy mohou nabýt nepřeberného množství podob. Mají ale společné vždy to, že je relativně jednoduché je napodobit, resp. přebrat jejich formát a zakomponovat do něj vlastní myšlenku.

Internetové memy totiž mohou být podle Henryho Jenkinse označeny jednoduše jako „šiřitelná média.“, tedy média, které mohou být pozměňovány a šířeny kýmkoliv, s kým přijdou do kontaktu[19], což je ostatně samotnou podstatou slova mem a jeho šíření skrze

[15] Internet Memes, 2017. In: MILTNER, Kate. *The SAGE Handbook of Social Media* [online]. London, UK: SAGE Publications, s. 412-428 [cit. 2023-04-28]. ISBN 1412962293. Dostupné z: https://web-s-ebscohost-com.ezproxy.is.cuni.cz/ehost/detail/detail?vid=0&sid=d77ffe93-4c07-48bb-8658-c61ecaaea3f6%40redis&bdata=JkF1dGhUeXBlPWlwLHNoaWImbGFuZz1jcyZzaXRlPWVob3N0LWxpdmUmc2NvcGU9c2l0ZQ%3d%3d#AN=1638161&db=nlebk

[16] LolCats. In: *Know Your Meme* [online]. [cit. 2022-04-28]. Dostupné z: https://knowyourmeme.com/memes/lolcats

[17] RageComics. In*: Know Your Meme* [online]. [cit. 2022-04-28]. Dostupné z: https://knowyourmeme.com/memes/subcultures/rage-comics

[18] Rickroll. In: *Know Your Meme* [online]. [cit. 2022-04-28]. Dostupné z: https://knowyourmeme.com/memes/rickroll

[19] JENKINS, Henry, Sam FORD a Joshua (Joshua Benjamin) GREEN. *Spreadable media: creating value*

imitaci. Internetové memy tak nejsou samostatné entity, nýbrž nástroje jednotlivců sloužícím k sebevyjádření a interakci s ostatními.[20] Každý uživatel internetu tak pravděpodobně dokáže jen chvíli po svém prvním kontaktu s internetovým memem pochopit jeho formát a vzápětí vytvořit vlastní imitaci, například RageComic o situaci která ho potkala či sdílet klamavý Rickroll.

2.5 Hloubka internetových memů

Faktory ovlivňující internetové memy lze ale zkoumat i hloubkově. Henry Plotkin v reakci na teorii memů mluví o tzv. povrchových a hloubkových memech[21]. Povrchové memy představují informace, které lze přebrat a šířit velmi jednoduše, například když se dozvíme, že v obchodě s potravinami od zítřka začínají slevy, a následně tuto informaci předáme dalším. Hloubkové memy však vychází z daleko širších znalostí společenských konvencí a struktur, například toho, že obchod je místo, kde si lze koupit věci za peníze, co je to sleva, uvědomění, že některý obchod prodává potraviny a jiný elektroniku apod. Existence hloubkových memů je tak klíčová pro existenci povrchových memů. Pokud se vrátíme k memům umístěným výše, můžeme říct, že jednoduchou formou vyjadřují vztah k širším souvislostem, tedy vztek ze situací, u kterých tvůrce předpokládá, že budou obecně nebo alespoň rozšířeně známé. Samotné rage komiksy tak můžeme považovat za memy povrchové, nicméně situace, na které reagují, za memy hloubkové.

Související rozbor tentokrát přímo internetových memů nabízí i pragmatik Chauoqun Xie, který obsah internetových memů dělí na memetický výstup a memetické sdělení.[22] Memetický výstup (output) vystihuje „fyzickou“ manifestaci memu, což může zahrnovat obrázek, video, komiks, fotku, slang, hudbu apod. Každý memetický výstup přitom obsahuje

and meaning in a networked culture. [online]. New York: New York University Press, [cit. 2023-03-11]. ISBN 978-0-8147-4350-

[20] DENISOVA, Anastasia, ed. Meme. In: MERSKIN, Debra L. *The SAGE International Encyclopedia of Mass Media and Society* [online]. 2019. SAGE Publications, Incorporated, s. 1092-1093 [cit. 2023-03-12]. ISBN 9781483375533. Dostupné z: https://ebookcentral.proquest.com/lib/cuni/detail.action?pq-origsite=primo&docID=5990422.

[21] PLOTKIN, Henry, ed., 2001. Culture and psychological mechanisms. In: AUGNER, Robert. *Darwinizing Culture: The Status of Memetics as a Science* [online]. Oxford, UK: Oxford Academic, s. 68–82 ISBN 9780191670473.
Dostupné z: https://doi-org.ezproxy.is.cuni.cz/10.1093/acprof:oso/9780192632449.003.0004

[22] XIE, Chaoqun, 2022. *The Pragmatics of Internet Memes* [online]. The Netherlands: John Benjamins Publishing Company [cit. 2023-04-28]. ISBN 9027211361. Dostupné z: https://ebookcentral.proquest.com/lib/cuni/reader.action?pq-origsite=primo&ppg=2&docID=6955376

memetické sdělení (message), určitou myšlenku či nápad stojící za vznikem memu. Je přitom možné, že uživatelé vyjadřují stejné myšlenky skrze různé výstupy, nebo že sdílí internetové memy bez znalosti jejich sdělení. Za memetické sdělení příkladů z předešlé stránky tak můžeme označit frustraci z nepříjemných životních situací a potřebu si na ně postěžovat, což vyjadřuje především poslední panel komiksu. Ten samotný lze považovat za memetický výstup.

Oba tyto pohledy popisují jistou dualitu memů, jak v reálném světe, tak na internetu. Oba výklady mají k sobě přitom velmi blízko. Povrchové a hloubkové memy Henryho Plotkina se soustředí více na kulturní podmíněnost memů, přičemž memetický výstup a sdělení Chauoqun Xieho konkrétněji popisuje anatomii internetových memů.

Oba se ale shodují na tom, že za vznikem memů vždy stojí širší souvislost, která opodstatňuje jeho sdělení. Právě znalosti těchto souvislostí a sdělení pak umožňují dalším uživatelům mem pochopit a dále replikovat. Tyto znalosti tak jsou naprosto základním předpokladem pro fungování memů v internetovém prostředí, takže pokud chceme zkoumat jednotlivé internetové memy, musíme zároveň zkoumat i je. V této práci jsem se k tomuto účelu rozhodl použít teorii intertextuality, která rozebírá vzájemnou návaznost všech existujících textů.

3. Intertextualita

3.1 Definice pojmu intertextualita

Termín intertextualita pochází z oblasti sémiotiky a poprvé ho použila Julia Kristeva v knize *Slovo, dialog a román*, konkrétně v eseji *Slovo v prostoru textů*.[23] Byla přitom inspirována texty Michaila Bachtina, který v nich pojednává o mozaikovitosti textů a statutu slova coby minimální jednotce struktury. Kristeva shrnuje Bachtinovi myšlenky právě v pojmu intertextualita, kterým nahrazuje termín intersubjektivita. Pojem vystihuje myšlenku, že jakýkoliv text se utváří jako mozaika citací. Jakýkoliv text je tak absorpcí a transformací jiného textu. Statut slova jako nejmenší jednotka textu je tak podle ní prostředník, který v textu spojuje strukturální model zkoumání literatury a kulturní prostředí.

[23] KRISTEVA, Julia. Slovo, dialog a román: texty o sémiotice. Praha: Pastelka, 1999. ISBN 80-902439-3-2.

3.2 Intertext a Smrt autora

Podobný koncept vyjadřuje literární teoretik Roland Barthes ve své eseji Smrt autora[24]. V ní tvrdí, že autor může psát svůj text jen díky znalosti a čerpání z ostatních textů, přičemž i autorova touha vyjádřit své niterné pocity a emoce jsou ve skutečnosti jen slova, která musí být popsána jinými slovy. Každý autor tak v sobě nenosí přesvědčení, hodnoty, pocity, emoce apod., ale spíše rozsáhlý slovník, ze kterého čerpá při svém psaní. Při zkoumání textu jde tedy více o to rozmotat jeho jednotlivé prameny než ho dešifrovat, rozměr textu se musí zmapovat a ne sondovat.

Každý text je tak podle Barthese složený z mnoha předešlých textů, pocházejících z mnoha kultur a odlišných míst, které mezi sebou interagují a soustředí se v jednom soustředěném bodě – u čtenáře. Ten totiž rozmotává prameny textu, které zapletl autor. Čtenář je místo, kde se schází všechny znaky a významy obsažené v textu bez toho, aby se z nich cokoliv ztratilo. Adresát je tak to, co dává textu jeho celistvost, ne jeho autor. Barthes celou esej uzavírá větou: „Narození čtenáře musí proběhnout za cenu smrti autora."

Koncept smrti autora se tak přímo dotýká myšlenky intertextuality. Autor je podle něj jen prostředníkem, který svým psaním textu pouze přepisuje texty, které dříve četl. Barthes také svou metaforou o vnitřním slovníku člověku implikuje existenci jednoho obrovského celku textu, ze kterého pak každý autor a potažmo i člověk čerpá. Tento celek bývá nazýván intertext a představuje veškerý existující text, ze kterého pak skrze referenci a subverzi vznikají nové texty.

3.3 Intertextualita a teorie memů

Barthes se zároveň svým důrazem na samotný text a smrt autora přibližuje myšlenkám teorie memů v podání Susan Blackmoore. Oba mluví o lidech, resp. o autorech, jako o prostřednících a „loutkách" jejich obsahů, které pak dále žijí vlastním životem skrze ostatní. Tyto teorie jsou obdobně troufalé ve svých tvrzeních, nicméně ukazují podobnost mezi konceptem memů a intertextuality v popisu šíření různých obsahů, především v roli interpretace a replikace těchto obsahů dalšími uživateli. Tyto dvě složky můžeme potenciálně sledovat i u uživatelsky šířených internetových memů, přičemž pro analýzu

[24] BARTHES, Roland a Stephen HEATH, 1977. The death of the author. In: *Image, music, text*. London: Fontana, s. 142-148. ISBN 0006861350.

jejich interpretace se hodí více koncept intertextuality a teorie memů na popis replikace.

Pokud koncept intertextuality vyjmeme z média textu a aplikujeme ho i na další média, tak každý obsah vychází z předešlých obsahů podobného charakteru a tudíž ho lze interpretovat jak jako samostatnou jednotku, tak jako součást širšího žánrového celku, jakéhosi intertextu korespondujícího obsahu. Můžeme tak říci, že i internetové memy mají svůj „intertext", celek všech předešlých internetových memů a formátů, ze kterých nové memy vycházejí a čerpají.

Po interpretaci obsahu následuje jeho potenciální replikace, tedy jeho šíření mezi další uživatele, přičemž toto šíření může probíhat skrze prosté další sdílení, či vytváření vlastních upravených verzí. Tento proces leží v jádru internetových memů, u kterých digitální prostředí tuto replikaci činí velmi jednoduchou a atraktivní. Ne všechny memy jsou ale stejně replikovatelné, což záleží především na autorovi původního memu a jeho práci s jednotlivými složkami memu.

Ve výsledku se tak obě teorie vztahují na dvě části stejného obsahu, v tomto případě internetových memů. Při využití konceptů z obou teorií při jejich zkoumání tak lze získat komplexnější informace o jejich charakteristice a fungování v internetové kultuře a prostoru.

4. Metodologie

4.1 Sémiotická analýza jako metoda výzkumu

Sémiotika je vědní obor, v jehož středu stojí pojem znak, zastupující a vyjadřující další fyzickou či abstraktní skutečnost. Samotná sémiotická analýza pak spočívá v dešifrování významu těchto znaků v různých obsazích, resp. popisování vztahu smyslově vnímatelné formy znaku a mentální představy, kterou vyjadřuje, nazývaných jako označující a označované. Tyto dvě složky pak dávají znaku jeho celkový význam. Stejné znaky mohou mít zároveň jiné významy v závislosti na sociálních a kulturních normách.[25]

Sémiotická analýza tak představuje vhodný způsob analýzy internetových memů. Jejich

[25] Zkoumání obsahových významů, Sémiotická analýza. In: TRAMPOTA, Tomáš a Martina VOJTĚCHOVSKÁ. *Metody Výzkumu Médií* [online]. Praha: Portál, s. 117-126 [cit. 2023-04-28]. ISBN 978-80-7367-683-4. Dostupné z: https://web-s-ebscohost-com.ezproxy.is.cuni.cz/ehost/ebookviewer/ebook/bmxlYmtfXzE2Mzk5MjhfX0FO0?sid=bc6792ff-7b11-48c9-bbae-e827d9e1d2ff@redis&vid=0&format=EB&rid=1

význam je totiž obsažen ve znacích specifických pro internetovou kulturu, přičemž její znalost podmiňuje jejich dešifrování a pochopení uživatelem. Na tyto znaky lze rovněž aplikovat zákonitosti teorie memů i intertextuality, například v tom, že některé znaky se mezi uživateli šíří lépe než ostatní, nebo že jednotlivé znaky jsou mezi sebou často propojené či na sebe přímo odkazují. Skrze rozložení internetových memů na jednotlivé znaky a jejich následnou analýzu tak dokážeme získat jejich celkový význam a ty poté dále kategorizovat.

4.2 Koncept analýzy a charakteristika zkoumaných internetových memů

V teoretické části jsem rozebíral podobnost konceptů teorie memů a intertextuality. Z obou v analytické části vyvozuji dva základní parametry analýzy vybraných internetových memů:

a) Memetický potenciál – vyjadřuje schopnost internetových memů se šířit a replikovat,

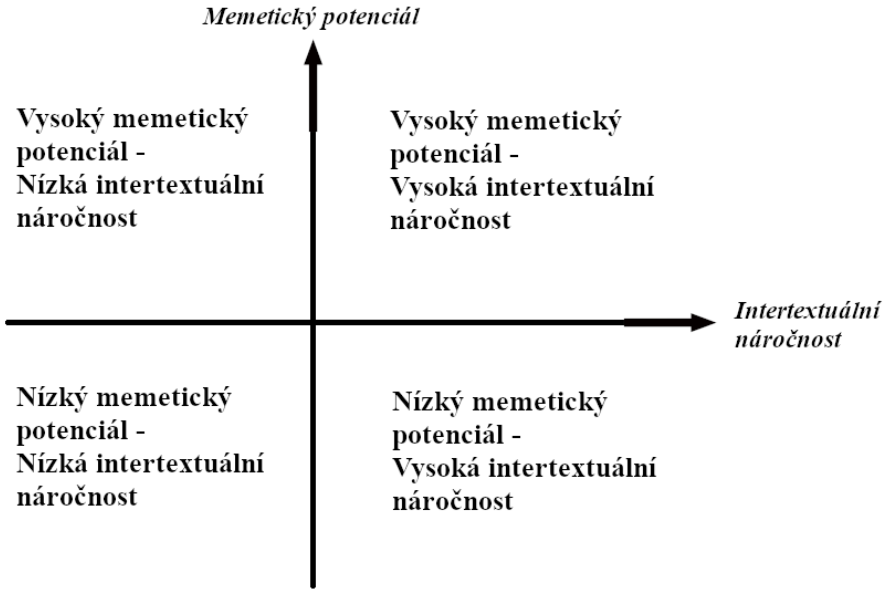
b) Intertextuální náročnost – označuje míru zapojení do internetového intertextu a tudíž i šíři souvislostí, jejichž znalost je nutná pro pochopení memu

Memetický potenciál určuje „úspěšnost" memů, tedy jejich schopnost zapůsobit na co nejvíce uživatelů a přinutit je tak šířit jej dál. Memy s vysokým memetickým potenciálem tak často pracují s každodenními situacemi, jednoduchými formáty, lehce přístupným humorem a pocitem sounáležitosti, tedy tématy, se kterými může souznít co největší možné publikum[26]. Některé memy ale tak velkého úspěchu nedosahují ať už kvůli špatnému provedení, soustředění se na specifickou skupinu uživatelů, či cílenou subverzi trendů.

Samotné pochopení internetových memů a uskutečnění jejich potenciálu je však podmíněno znalostí memového „intertextu" a internetové kultury. Zatímco podstatu humoru či významu některých memů lze poznat na první pohled a zvládne je pochopit téměř každý uživatel internetu, některé své významy či jejich absenci komunikují skrze vrstvu referencí a záměrné obskurnosti v rámci vymezení se vůči „masovosti" ostatních memů. Internetové memy s nízkou intertextuální náročností navíc často reflektují memy z reálného světa, kdežto ty s vysokou náročností vychází ze znalostí online kultury a navazujících internetových memů.

[26] SHIFMAN, Limor, 2014. *Memes in digital culture* [online]. Cambridge, Massachusetts: MIT Press [cit. 2023-04-28]. ISBN 0-262-31770-2. Dostupné z: https://web-p-ebscohost-com.ezproxy.is.cuni.cz/ehost/detail/detail?vid=0&sid=cc6bff14-ffd1-45ac-ad1d-11d14e229b6d%40redis&bdata=JkF1dGhUeXBlPWlwLHNoaWImbGFuZz1jcyZzaXRlPWVob3N0LWxpdmUmc2NvcGU9c2l0ZQ%3d%3d#AN=649171&db=e000xww

Tyto vlastnosti lze pozorovat u každého konkrétního internetového memu skrze zaměření se jak na jeho jednotlivé vizuální znaky, tak na jeho publikum a umístění v kontextu online kultury. Internetové memy tak můžeme po takové analýze hrubě zařadit do čtyř kategorií, znázorněných v následujícím grafu:



V následující analytické části budu dále rozvádět každou z těchto kategorií na příkladech konkrétních internetových memů skrze analýzu jejich jednotlivých znaků. Jednotlivé memy jsem si přitom vzhledem ke kvalitativní povaze analýzy vybíral cíleně z různých internetových stránek, za účelem co nejlepší demonstrace principů z teoretické části.

5. Analytická část

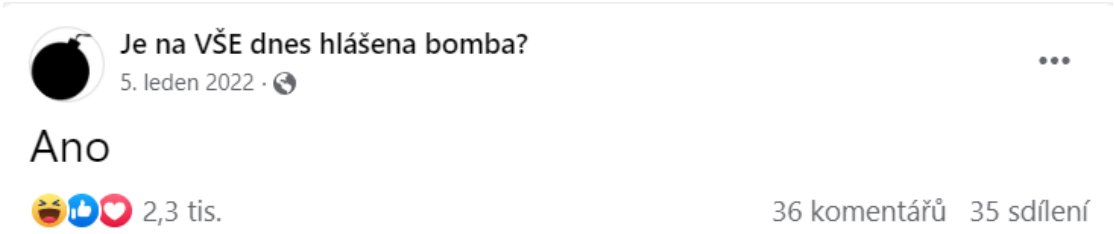
5.1 Komunitní memy – nízký memetický potenciál, nízký intertextuální nárok

První typ internetových memů lze obecně označit jako komunitní. Jde totiž o memy šířící se ve specifických komunitách, reagující na situace, do kterých se jejich členové dostávají, vyobrazeny v jednoduchých a snadno pochopitelných formátech. V pocitu soudržnosti tkví i podstata humoru a přitažlivosti memu, v duchu principu „My, kteří chápeme vtip“[27].

[27] JENKINS, Henry, Sam FORD a Joshua (Joshua Benjamin) GREEN. *Spreadable media: creating value*

Pochopení vtipu je přitom zaručeno i zmíněnou jednoduchostí formátu, která umožňuje pochopit mem i takovým členům komunity, kteří nemají široké znalosti memového intertextu. Jedná se tak o lokalizovanou podobu široce rozšířených formátů, tvořenou a sdílenou specifickými druhy uživatelů a mohou tak sloužit jako příklad glokalizace obsahu.

5.1.1 Studentské memy



Obrázek 4 Je na VŠE dnes hlášena bomba? (Facebook a)

Jako příklad komunitního internetového memu můžeme uvést facebookovou stránku „Je na VŠE dnes hlášena bomba?“. Myšlenka stránky je jednoduchá: psát statusy o tom, zda-li je v daný den na Vysoké Škole Ekonomické hlášeno nebezpečí bombového útoku. Vychází přitom ze situace blízké studentům zmíněné vysoké školy, kterým planá oznámené o bombových útocích komplikují studium už od roku 2018.[28] Apeluje tak na zažité zkušenost komunity, ze které se stal mem i v reálném světě. Tento mem pak převádí do online prostředí skrze jednoduchý formát statusů na facebookovém profilu. Tyto statusy jsou navíc extrémně zkratkovité, v rozmezí jednoho slova až pár vět, což je pro uživatele z komunity dostačujícívýrok, navíc umocňující jejich pocit, že patří mezi ty, kteří chápou vtip.

and meaning in a networked culture. New York: New York University Press, 2012, ISBN 978-0-8147-4350-8.

[28] HAVLÍK, Antonín. Proč pořád někdo nahlašuje bombu na VŠE? Vyučující musí zkoušky přesouvat do parků, kaváren i KFC, viník je stále neznámý. *Refresher* [online]. 18. Ledna 2020 15:18 [cit. 2023-04-28]. Dostupné z: https://refresher.cz/79516-Proc-porad-nekdo-nahlasuje-bombu-na-VSE-Vyucujici-musi-zkousky-presouvat-do-parku-kavaren-i-KFC-vinik-je-stale-neznamy

Obrázky 5 FSV Memes (Facebook b)

Obrázek 6 FSV Memes (Facebook c)

Obdobným způsobem funguje další facebooková stránka, „*FSV memes"*, která nereaguje pouze na jeden studentský mem, ale na více, vycházející ze skutečností života studentů Fakulty Sociálních Věd Univerzity Karlovy. Uvedené příklady, obrázky 5 a 6, přitom zároveň ani nereflektují memy specifické pro fakultu, ale pro širší studentské okruhy. Obrázek 5 reaguje na problémy uživatelů systému Sis, který používají fakulty Univerzity Karlovy. Obrázek 6 pak vychází ze situace aplikovatelné na každého člověka, kterého někdy čekali státní závěrečné zkoušky.

Oba obrázky spadají do žánru „Object label memes"[29], které dosahují humoru pomocí jednoduchého popsání částí obrázku textem. Jediná náročnost na pochopení vtipu je tak v přenesení významu původního obrázku na komunitní zkušenost vyjádřenou textem. Obrázek 5 zachycuje dva basketbalisty, přičemž basketbalista vpravo vyráží míč z ruky tomu nalevo, čímž mu maří pokus dostat míč do koše. V přeneseném významu tak systém Sis vyráží autorovi z ruky možnost zapsat si PVP předmět. Autor zároveň označuje basketbalistu vlevo označením „Já", umožňující projekci ostatních uživatelů do situace. Obrázek 6 poté obdobným způsobem používá fotografii zachycenou při uvíznutí lodě Evergreen[30] v Suezsém průplavu jako metaforu pro závěrečné státní zkoušky, kdy samotný bagr zadržuje obří nákladní loď a tudíž ho lze označit jako drobný předmět zachraňující autora před obrosvkou pohromou. Oba obrázky dokáží předat svůj význam bez znalosti širšího kontextu

[29] Object Labeling. In: *Know Your Meme* [online]. [cit. 2022-04-28]. Dostupné z: https://knowyourmeme.com/memes/object-labeling
[30] Guy With The Digger At Suez Canal. In: *Twitter* [online]. [cit. 2023-04-28]. Dostupné z: https://twitter.com/SuezDiggerGuy

a mohou být tak snadno replikovány v kontextu komunitních memů, na obrázku označením bagru coby zápisků ke státnicím a lodi coby státnic samotných.

Ve výsledku tak studentské mem stránky cílí na početnou komunitu již existující v reálném světě, jejíž zkušenosti skrze jednoduchý memetický výstup přenáší humornou formou do internetového prostředí. V tom tkví i jejich memetický potenciál, kdy se memy mohou snadno šířit a replikovat mezi členy komunity, ale pro uživatele „zvenčí“ rychle ztratí aktraktivitu.

5.1.2 Mono - referenční mem stránky

Obrázek 7 Smažená niva jedině v jídelně U Vrtule v pražských Holešovicích (Facebook d)

Obrázek 8 Memes z Hospůdky Revival, (Facebook e)

Internetové memy popisované v této podkapitole jsem se rozhodl nazývat jako mono-referenční. Zatímco studentské memy čerpaly z širokých zkušeností početné komunity, tyto stránky jsou často postavené na referenci jednoho specifického objektu, kterou autor opakovaně umisťuje do jednoduchých mem formátů. Reference se může vztahovat téměř na cokoliv, vždy ale bývají velmi specifické a cílící tudíž i na velmi úzké a specifické publikum. Samotný humor memů je tak z většiny postaven právě na referenci. Reference obsažená v obrázku 7, stejně tak jako v celé facebookové stránce, ze které pochází, spočívá v adoraci specifického pokrmu, smažené nivy, ve specifické restauraci, tedy jídelně u Vrtule v pražských Holešovicích. Mem tak nereferuje pouze místo (restauraci), ale zároveň i

specifikum daného místa (položku na menu restaurace), prohlubující referenční podstatu memu. Situace a humor jsou pak vyjádřeny jednoduše textem, na který pak reaguje upravená fotka kuchaře. Obdobně fungují i memy ze stránky Memes z Hospůdky, která čerpá inspiraci z českého komediálního seriálu Hospoda. Autor v memech přímo odkazuje na postavy a situace ze seriálu, přičemž často používá zajeté memové formáty, na obrázku 8 například text napsaný fontem Impact nebo tzv. „czenglish“, schválně komolenou kombinaci českého a anglického jazyka. Tyto zajeté znaky a text pak rámují snímek ze samotného seriálu. Zajímavý je i watermark, neboli vodoznak, v pravém dolním rohu obrázku, který odkazuje na stánku memegenerator.net[31], kde mohou uživatelé nezvyklí používat grafické programy jednoduše tvořit vlastní memy. Obdobné vodoznaky tak většinou svědčí o amatérství autora v tvorbě memů.

Podstata obou zmíněných stránek je tak tvořit obsah pro uživatele, kteří jsou ideálně předem seznámeni s objektem reference a sami pak vyhledávají memy z něj vycházející. Podle toho potom vypadají i memy samotné, ve kterých je ta samá reference vkládána do stále nových formátů, což vysvětluje i jejich pojmenování coby mono-referenční. Toto vede přirozeně k tomu, že se tyto memy špatně šíří mezi nepoučenými uživateli, kteří nemají přílišnou motivaci je replikovat. Zároveň jsou však svojí jednoduchou formou snadno pochopitelné, čímž mohou být potenciálně atraktivní pro část nových neobeznámených uživatelů.

5.1.3 Shrnutí

Ve výsledku tak studentské i monoreferenční mem stránky stojí na svých komunitách, jejíž členové nemusí mít obrovskou znalost internetových memů, protože jsou jejich humoru a referencím předem nakloněni. Tyto komunity se mohou početně lišit (poměr studenti vysokých škol x návštěvníci jídelny), od čehož se pak odvíjí i úspěšnost memů samotných, kdy se počet liků stránky *„Je na VŠE dnes hlášena bomba?*“ pohybují v tisících, kdežto u příspěvků na stránce *„Smažená niva jedině v jídelně U Vrtule v pražských Holešovicích“* se pohybuje v nižších desítkách. Tyto malá publika jsou zároveň nejlepším prostředím po šíření a replikaci těchto memů, které jsou pro ostatní uživatele příliš specifické a formátově nezajímavé.

[31] *Meme Generator* [online]. [cit. 2023-04-28]. Dostupné z: https://memegenerator.net

5.2 Masové memy – vysoký memetický potenciál, nízký intertextuální nárok

Další kategorie memů si obdobně jako komunitní memy udržuje jednoduchou formu, ale oproti malým skupinám uživatelů naopak cílí na co největší publikum. Toho dosahují reflexí situací, do kterých se dokáže vcítit každý řadový uživatel, což vede i k tomu, že jedním z nejvíce opakovaných znaků této kategorie je apel na pocit sounáležitosti. Autoři těchto memů tak rezignují na práci s komunitou a selektivním publikem a tvoří memy jako obsah určený pasivním a masovým publikům[32], jednoduchý na pochopení a jednoduše replikovatelný, čímž maximalizují jejich memetický potenciál.

5.2.1 Masové mem portály

Obrázek 9 EMEFKA.sk, dostupné z: (Facebook f)

Obrázek 10 TYČÍČO.cz, (Facebook g)

Jedno z míst, kde se kumulují masové memy, jsou virální portály a mem stránky. S kadencí desítek příspěvků za den představují pro uživatele jednoduchý způsob, jak se dostat k obrovskému množství humorného obsahu. Humor je přitom často prostý, až bulvární, apelující na široce známé prožitky a emoce. Jako příklad uvádím portály *„EMEFKA.sk“* a *„TYČÍČO.cz“*. Jedná se o stránky, jejichž obsah krom tvoření memů spočívá ve sdílení

[32] Utváření publika a jeho zkušenosti, 2009. In: MCQUAIL, Denis a Hana ANTONÍNOVÁ. *Úvod do teorie masové komunikace*. Vydání čtvrté, rozšířené a přepracované. Praha: Portál, s. 430-464., ISBN 978-80-7367-574-5.

bulvárních příspěvků, top 10 seznamů apod. Všechen tento obsah je poté dále šířen skrze propojené profily na různých sociálních sítích, zejména na platformě Facebook a Instagram. Tyto profily pak sbírají obrovské množství sledujících, pohybující se v počtu stovek tisíc. Tyto stránky tak představují vrchol a masovosti internetových memů.

Formáty, ve kterých jsou memy těmito stránkami produkovány, se nejčastěji omezují na prostý text, mnohdy doplněný reakčním obrázkem. Ten přitom může být samostatným memem, svou podstatou však po uživateli tuto znalost pro své pochopení nevyžaduje. Na obrázku 9 reakční obrázek vyvstává ze série záběrů spících postav ze sitcomu Seinfeld, přičemž ale znalost seriálu pro pochopení memu není nutná. Obdobně tomu tak je i u obrázku 10, kde reakční humor zajišťuje mem Hackerman[33], který vznikl syntézou postavy hackermana z filmu Kung Fury a fotky herce Ramiho Maleka z natáčení seriálu *Mr Robot* (2015). Tato znalost je však u obrázku 10, stejně jako u obrázku 9, irelevantní, protože uvedené obrázky pro humorný efekt využívají pouze jejich vizuální podobu. Samostatné memy jsou tak v tomto formátu redukovány na reakční obrázky, přičemž jsou naprosto odstřihlé od svého původního kontextu a vloženy do nového, vyjádřeného prostým textem, ideálně referující na co nejobecnější lidské prožitky vyvolávající pocit sounáležitosti, například klišé rodinného života na obrázku 9 či zápolení s běžnými technologiemi na obrázku 10.

[33] Hackerman. In: *Know Your Meme* [online]. [cit. 2022-04-28]. Dostupné z: https://knowyourmeme.com/memes/hackerman

Obrázek 11 Stránka PemiK přebírající mem ze stránky EMEFKA, (Facebook h)

Důležitým aspektem takto produkovaných memů je jejich přejímání a vzájemné sdílení mezi obdobnými stránkami, které jsou mnohdy založeny čistě na sdílení memů a virálních obsahů. To umožňuje jak nespecifičnost a univerzálnost obsahu, tak i typ uživatelů na které cílí, tedy řadoví uživatelé ochotní konzumovat téměř jakýkoliv jednoduše humorný obsah bez ohledu na jeho původ či formát. U takto sdíleného obsahu jsou navíc časté popisky typu „označ někoho kdo…“, čímž sdílející stránka manipuluje uživatele k dalšímu šíření memu a tudíž zvýšení dosahu, z čehož nejvíce profituje sama sdílející stránka, nikoliv autor původního memu. Často tak dochází ke „krádežím“ memů, kdy stránky sdílejí memy bez jakékoliv úpravy a uvedení původního autora. To vede k používání vodoznaků, které označují původní stránku, ze které mem pochází. Řadoví uživatelé a malé stránky, které vodoznaky nepoužívají, jsou však vůči těmto krádežím stále náchylné, takže sdílení ukradených memů představuje reálný a jednoduchý způsob, jak získat velký počet liků a sdílení.

5.2.2 Popkulturní memy

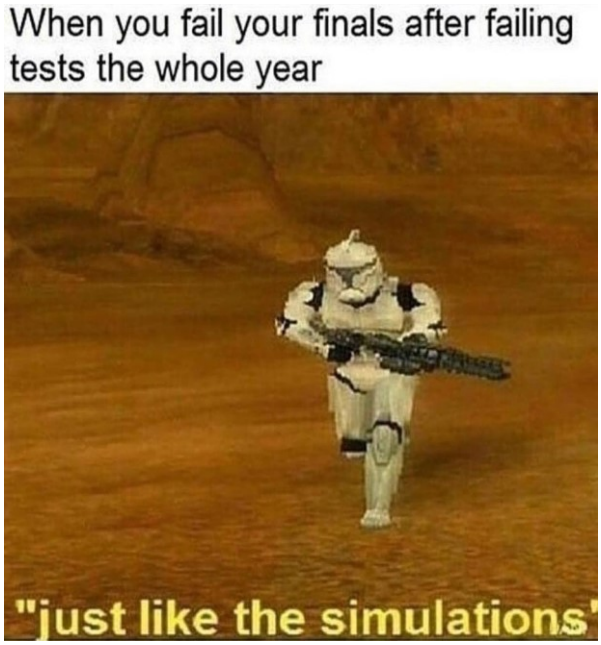
Obrázek 12 Mem přímo odkazující na scénu z The Office (Reddit a)

Obrázek 13 Mem využívající snímek z The Ofiice jako reakční obrázek (Facebook i)

Další zdroj masových memů je popkulturní obsah. Ten se totiž ze své samotné podstaty dostává do kontaktu se širokým publikem, přičemž zároveň přístupnost jeho humoru umožňuje vznik mnohých příbuzných memů. Ideálním příkladem jsou memy vycházející z amerického sitcomu The Office, jehož epizody mají každá v průměru 8 milionů shlédnutí34 a patří tak k nejlépe známým světovým seriálům. To se odráží i v memech samotných, které lze rozdělit na dva typy. První jsou komunitní memy, o kterých jsem psal v předešlé kapitole. Tyto memy stojí na specifických seriálových referencích, takže jejich primárním publikem jsou ostatní fanoušci seriálu, kteří jsou je schopni rozluštit. To je také pointa memu v obrázku 12, kde autor referuje na specifickou událost v seriálu a v reakčním obrázku dole přímo rozlišuje publikum memu na ty co neví a na ty co ví. Druhým typem jsou však memy, které používají obsah ze seriálu takovým způsobem, že znalost seriálu není pro pochopení memu nutná. Situační povaha humoru The Office (2005) vede k tomu, že určité záběry dokáží humorně fungovat i bez znalosti kontextu seriálu. Může se jednat o promluvy postav nebe třeba o jednotlivé záběry, které mohou sloužit jako například jako reakční obrázek, jako u obrázku 13. V něm autor používá snímek postavy jako nástroj vlastní projekce, přičemž není důležitý původ snímku ani znalost postavy, ale její vizuální podoba, vyjadřující reakci korespondující s předcházejícím textem. Tyto memy navíc znovu pracují

[34] List of The Office episodes. In: *Wikipedia* [online]. [cit. 2022-04-28]. Dostupné z: https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_The_Office_(American_TV_series)_episodes

s pocitem sounáležitosti, dále rozšiřující svůj memetický potenciál.



Obrázek 14 „just like the simulations“ mem použit v reakci na reálnou zkušenost (Know Your Meme a)

Obrázek 15 „just like the simulations“ mem použit v reakci na samo o sobě humornou situaci (Know Your Meme b)

Stejným způsobem funguje mem „just like the simulations“, spočívající v používání snímku hláškující postavy ze hry *Star Wars: Battlefront 2* (2005) coby reakčního obrázku, reflektující například situaci ze života (obrázek 14), či specifickou, samu o sobě humornou, událost (obrázek15). Původní obsah, ze kterého mem vychází, je přitom pro pochopení humoru těchto memů redundantní, i když může zasvěcenému uživateli potenciálně prohloubit prožitek z memu.

5.2.3 Shrnutí

Masové memy se mnohdy vizuálně tolik neliší do memů komunitních. Stejně jako ony používají jednoduché formáty, přičemž ale místo malých skupin uživatelů míří na masová a především pasivní publika, která nejsou tolik náročná na obsah který konzumují. To jim umožňuje buď obecnost situací a skutečností které reflektují, nebo využívání předem humorného popkulturního obsahu.

5.3 Vžité internetové memy – vysoký memetický potenciál, vysoký intertextuální nárok

Dostáváme se k typům memů, jejichž autoři pracují s hlubší znalostí internetových memů. Oproti memům s nízkou náročností totiž nevycházejí tolik z reálných a univerzálních situací a prožitků, jako ze specifik online kultury. To se projevuje jejich prací s referencemi na specifické internetové fenomény, používáním složitých formátů, či hlubším využívání a přetváření jiných populárních memů. Zatímco předešlé memy tak sloužily jako nosiče humoru referujícího a vycházejícího z reálného světa či specifického obsahu, memy v této kapitole jsou sami o sobě formou humoru složeném ze znaků specifických pro internetovou kulturu. Tímto se pro běžného uživatele stávají méně atraktivní a daleko více se tak zaměřují na jedince, kteří se v prostředí internetových memů dokáží lépe orientovat.

5.3.1 Globální mem komunita

Tyto uživatelé společně tvoří globální mem komunitu. Ta představuje všechny uživatele aktivně vyhledávající čerstvé internetové memy, které se zpravidla odvíjí od populárních mem formátů. Právě znalost těchto formátů je základní pro začlenění do této komunity, kde se pak dále cení jejich správné používání při tvoření memů. To podporuje fakt, že navíc často reagují na poslední události hýbající internetovými komunitami.

Obrázek 16 Mem vyobrazující konflikt mezi dvěma podobami postavy Velmy Dinkley (upraveno) (Know Your Meme d)

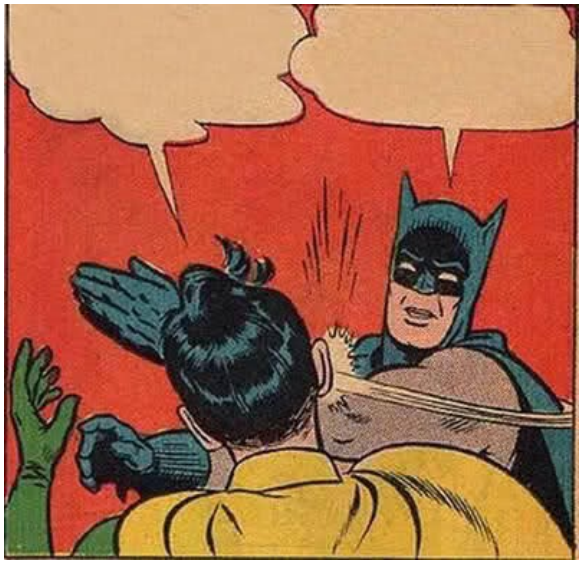
Obrázek 17 Mem stavící proti sobě filmy Avatar 2 a Kocour v Botách: Poslední Přání (Know Your Meme e)

V době psaní této práce momentálně internetem stále rezonují reakce na dva popkulturní obsahy, animovaný seriál pro dospělé *Velma* (2023) a animovaný film *Kocour v Botách: Poslední přání* (2022). Tyto reakce jsou přitom naprosto protipólní, přičemž obecný konsenzus online publik je takový, že první je příšerný a druhý skvělý, což reflektují i přiložené memy.

Na obrázku 16 vidíme dvě iterace fiktivní postavy Velmy Dinkley, známé ze série *Scooby Doo*, přičemž je ta napravo vyobrazena jako v původním seriálu a druhá jako v rebootu z roku 2023. „Tradiční" Velma vpravo přitom bije a umlčuje novou Velmu nalevo, což se ostatně odráží i v dialogových bublinách nad nimi. Autor tak vyjadřuje konflikt mezi novou a starou podobou postavy, přičemž jasně upřednostňuje tu starší. Zároveň se prostřednictvím původní postavy jasně vymezuje vůči sdělení nové postavy, konkrétně útoku adresovaného stereotypu bohatých bílých mužů.

Na obrázku 17 autor hodnotí dvě filmová pokračování, *Avatara 2* (2022) a *Kocoura v botách: Poslední přání* (2022). Fanoušky jednoho přitom označuje jako dětinské a druhého jako opravdové muže, jasně určující, který z filmů obsahuje větší intelektuální hloubku. Mem přitom nespecifikuje na základě jakých charakteristik filmů tomu tak je. To může potenciálně fungovat jak na poučené, tak nepoučené uživatele. Zatímco mem je pro uživatele, kteří viděli oba filmy, jasným porovnáním, pro ty, kteří ani jeden film neviděli, se humorný efekt může dostavit vyzdvižením pokračování dětského animovaného filmu nad třetí nejvýdělečnější film všech dob.

Oba memy tak hodnotí určitý obsah na základě hodnot vycházejících z konsenzu internetových uživatelů. V případě obrázku 16 se jedná o hněv a nesouhlas s určitými prvky seriálu (útočný humor, race-swapping postav apod.) přičemž u obrázku 17 je tomu přesně naopak. Proč tomu tak je přitom nechává autor vyrozumět uživatele.



Obrázek 18 Mem sloužící jako předloha pro mem na obrázku 16 (Know Your Meme f)

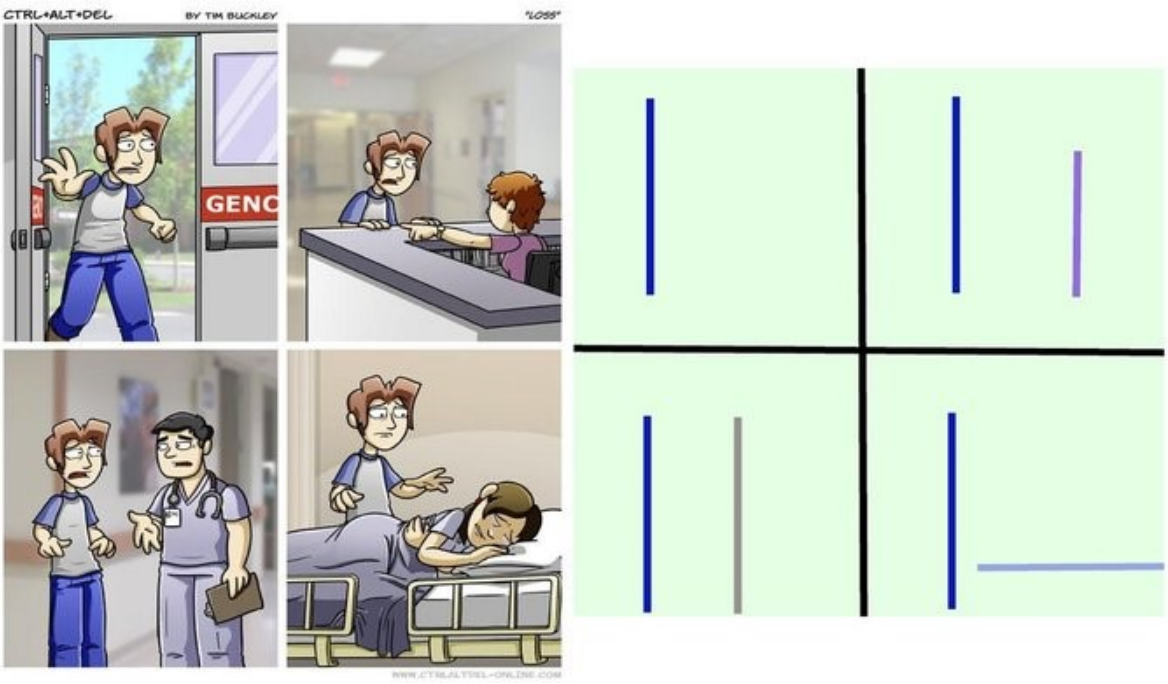
Obrázek 19 Mem reagující na vývoj produkce druhé série seriálu Velma za pomocí snímku z filmu Kocour v Borách: Poslední Přání (Reddit b)

Tyto hodnoty jsou pak při tvorbě memů aplikovány na vhodný mem formát. Například, obrázek 18, ve kterém autor může velmi jednoduše skrz postavy vyjádřit, co je dobrý a co špatný názor, představuje téměř 1:1 předlohu k obrázku 16.

Obrázek 19 pak obsahuje tweet firmy Warner Brothers, která zaštiťovala produkci seriálu Velma, doplněn reakčním obrázkem pocházejícím ze scény v Kocourovi v botách. Z memu je jisté, že autor je seznámen s celou kontroverzí kolem seriálu, což dává najevo i skrze reakci odpovídající sentimentu ostatních internetových uživatelů. Reakční obrázek, zajišťující jak humorný, tak hodnotící efekt, může být potenciálně použit i bez autorovy znalosti filmu, nicméně demonstruje schopnost úspěšného obsahu (v tomto případě filmu Kocoura v botách) generovat samostatné memy, které jsou pak ostatními uživateli přejímány a používány v další tvorbě.

Právě tato práce s populárními memy a formáty pro vyjádření hodnot souznících s většinou ostatních angažovaných uživatelů internetu je typická pro memy tvořené globální mem komunitou. Její členové tak využívají hlubších znalostí memů i hodnot akceptovaných ostatními uživateli k tvorbě memů reflektující právě probíhající internetové diskurzy.

5.3.2 Pattern recognition memy



Obrázek 20 Původní komiks loss a jeho následná redukce na pouhé schéma (Know Your Meme g)

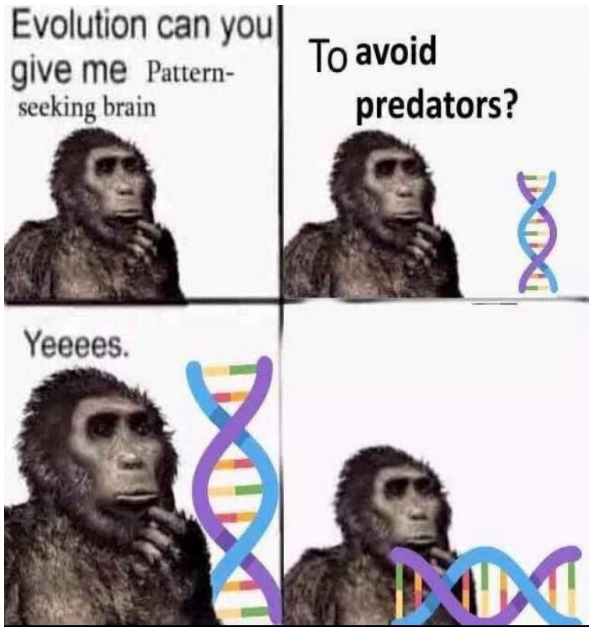
Rozsah znalosti memů mezi uživateli v globální mem komunitě dobře dokazují tzv. pattern recognition memy. Ty fungují díky manipulování a využívání lidského kognitivního procesu rozpoznávání vzorců, který je založený na schopnosti identifikovat a vnímat celek složený z různých nezávislých komponentů.[35]

Za pravděpodobně nejznámější mem tohoto typu lze považovat „Loss“. Jedná se o mem vycházející ze stejnojmenného webového komiksu autora Tima Buckleyho z roku 2008, ve kterém je vyobrazena reakce hlavní postavy na další postavu, která utrpěla potrat. Komiks začal být ihned po svém vydání mohutně parodován kvůli neohrabanosti provedení a změny tónu oproti předešlým dílům. Celý komiks byl nakonec redukován na pouhé schéma vycházející z rozložení jeho postav, přičemž právě toto schéma pak bylo vyjadřováno v dalších memech. Z tohoto procesu se stala určitá forma žertu trollingu, kdy byli uživatelé de facto nuceni rozpoznávat naučený vzorec Loss i v jiných obsazích. Tato situace vyvrcholila v momentě, kdy se stala populární fráze „Is this loss?“. Parodizace původního komiksu totiž dosáhla takové míry, že uživatelé začali být na Loss vzorec tak senzitivní, až na každý čtyřpanelový webcomic začali pohlížet s nedůvěrou, zda-li se také nejedná o

[35] N, Sam M.S, 2013. PATTERN RECOGNITION. *PsychologyDictionary.org* [online]. [cit. 2023-04-28]. Dostupné z: https://psychologydictionary.org/pattern-recognition/

parodii.

Vtip těchto memů pocházel z naučeného reflexu uživatele, vybuzeného vizuálním podnětem. V tuto chvíli tak vnímaný mem pracuje s tzv. „pattern recognition“, neboli kognitivním procesem, kdy informace přijatá z prostředí vstoupí do krátkodobé paměti, kde automaticky aktivuje určitou část dlouhodobé paměti. Loss memy tohoto procesu vědomě zneužívají a ze znalosti uživatelů, a tudíž jejich neschopnosti vzorec nevidět, si utahují. Po určité době se navíc začnou objevovat memy, ve kterých sami autoři na tuto znalost reagují a hodnotí jí. To lze vidět na obrázku 21, kde autor naráží na vývoj lidského mozku vedoucí k absurditě rozpoznávání vzorců v internetových memech.



Obrázek 21 Mem reagující na pudovost rozpoznávání Loss (Know Your Meme h)

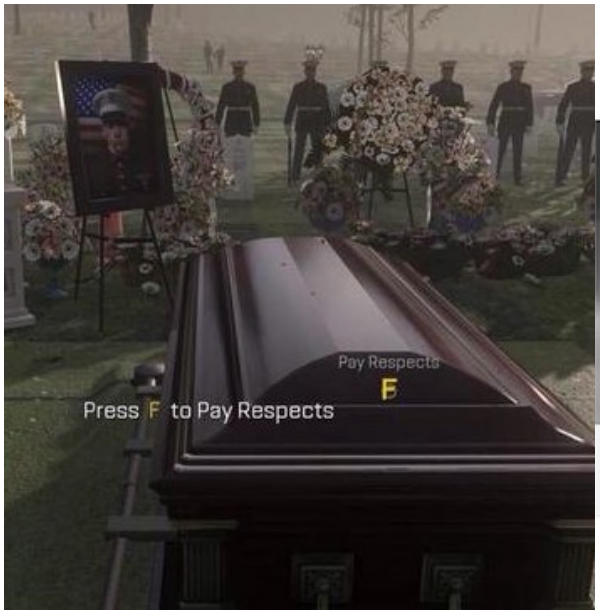
Obrázek 22 Loss vzorec použit ve schématu na určení mem znalosti uživatele (Know Your Meme i)

Loss memy a respektive i celý žánr pattern recognition memů, skvěle demonstrují hloubku naučených znaků a memů online uživatelů. Ti tak dokáží interpretovat zdánlivě nesouvisející obsahy za pomocí naučených vzorců a tyto vzorce následně šířit dál skrz svou vlastní tvorbu. Tato znalost přitom může fungovat jako jistá míra gatekeepingu, vyjádřená na obrázku 22, ve kterém uživatelova znalost memu Loss určuje, zda-li je „normie“, „boomer“, či člověk, který se v memech vyzná. „Normie“ je přitom výraz používaný pro označení konformních a konvenčních uživatelů těmi, kteří se tak neidentifikují [36]. V tomto případě jsou takto označováni uživatelé, kteří neznají vzorec Loss, což autor považuje za degradující.

[36] Normie. In: *Know Your Meme* [online]. [cit. 2022-04-28]. Dostupné z: https://knowyourmeme.com/memes/normie

„Boomer“ je pak výraz pro starší uživatele, konkrétně z generace baby boomers, kteří jsou vnímáni jako staromilní a nechápající moderní dění, což vede i k popularitě fráze „ok boomer“, která slouží k jejich odbývání a zesměšnění jejich názorů.[37]

5.3.3 Ritualizované memy a shrnutí



Obrázek 23 Původní „press f“ quick time event (Know Your Meme j)

Obrázek 24 Hromadné komentování písmena F pod příspěvkem o smrti zpěváka Karla Gotta (Novinky.cz)

V předešlých dvou podkapitolách jsem mluvil o tom, jak tento typ memů staví na hodnotách globální mem komunity, jejích vztahů vůči určitým popkulturním obsahům a jejich znalost a naučenost u autorů memů. Tyto principy lze dobře vidět na ritualizovaném memu Please press F. Ten vychází ze snímku ze hry Call of Duty: Advanced Warfare (2014), kdy je po

[37] Ok,Boomer. In: *Know Your Meme* [online]. [cit. 2022-04-28]. Dostupné z: https://knowyourmeme.com/memes/ok-boomer

hráči požadováno stisknutí klávesy F, aby zasalutoval padlému vojákovi. Z této scény se stal kvůli její očividné těžkopádnosti obrovský mem, ze kterého se pak později stal i internetový rituál, kdy uživatelé vyjadřují soucit vůči tragickým událostem čistě skrze písmeno f.

Tato ritualizace potvrzuje podmíněnost znalostí uživatelů těchto memů pro jejich fungování. Pro správné použití je totiž potřeba jak znalost původního memu, tak schopnost rozpoznat specifickou situaci, ve které mem použít. Autoři toto zvládají téměř automaticky a lze tedy říci, že tvorbu, interpretaci a šíření memů, mají vžité. Od toho se odvíjí i charakter těchto memů, který reflektuje hodnoty globální komunity za pomocí aktuálně populárních memů a formátů.

5.4 Obskurní memy – nízký memetický potenciál, vysoký intertextuální nárok

Zatímco memy v předešlé kapitole vyžadoval, určité znalostí internetových memů, stále byli dostatečně přístupné, aby dokázaly cílit na globální publikum. Memy v této kapitole tuto přístupnost zahazují a zaměřují se na tvorbu obskurních a nekonformních memů, které jsou atraktivní pro malá a selektivní publika uživatelů. Využívají přitom ironických a parodických verzí populárních formátů, čímž se pro řadové uživatele stávají téměř nekonzumovatelné. Zatímco memy v kapitole 5.3 se totiž řadovým uživatelům mnohdy jeví jako nekoherentní čistě z jejich neznalosti, memy v této kapitole se proti nim aktivně vymezují a spíše než o pochopení usilují o jejich co největší zmatení.

5.4.1 Kontrakulturní memy

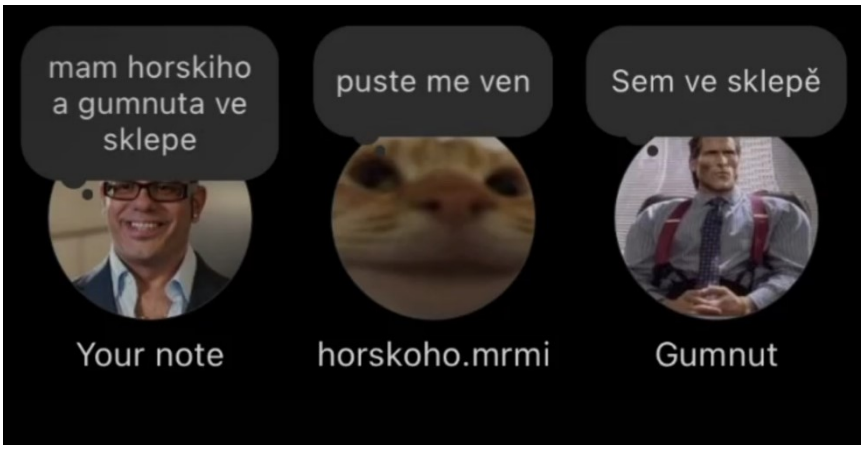
Obrázek 25 Mem z instagramové stránky gumnutovy_vtipy (Instagram a)

Obrázek 26 Mem z instagramové stránky horskiho.memy (upraveno) (Instagram b)

Vtip memů vyobrazených na obrázcích 25 a 26 spočívá především v cíleném zmatení uživatele, čehož je dosahováno subverzí a parodizací zajetých memů. Mem na obrázku 25 zpočátku začíná jako autorova humorná anekdota, ale pointa jeho vtipu je však v průběhu vyhnána do infantilního extrému, což podtrhuje i temný reakční obrázek, vyobrazující mechanickou opici hlídající hračky ve filmu Toy Story 3. Mem na obrázku 26 využívá slangové fráze „b*itches be like“ přeložené do češtiny pro porovnávání procesu vyrovnávání se s psychickými problémy. Oproti d*vkám, které vyhledávají odbornou psychologickou pomoc, se autor vykresluje jako abnormální jedinec se schizofrenními tendencemi. Jako podkres tomuto textu a zároveň jako projekce autora přitom slouží obrázek postavy rybího muže z široce populární hry Fortnite, dále podtrhující matoucí a absurdní tón memu.

Oba memy vychází z určitých široce užívaných formátů, přičemž ale jejich jednotlivé znaky vyhání do extrémů a cíleně tak parodují více přístupné a masové memy, viz kapitola 4.4 a 4.5. Autoři tak nejen disponují znalostí internetové kultury, ale zároveň i schopností efektivně subvertovat její zajeté znaky a cíleně se tak vůči ní vymezovat. Tyto memy jsem se proto rozhodl označovat jako kontrakulturní, tedy v opozici vůči dominatní internetové kultuře. Tímto se zároveň stávají atraktivní pro uživatele, kteří tento specifický humor vyhledávají, pravděpodobně právě z přehlcení masovým a konformně humornými memy. Autoři těchto memů se do nich zároveň často inzerují, takže zde odpadá anonymita šíře rozšířených memů. Tímto způsobem mohou vznikat i jakési mem scény, ve kterých uživatelé

hledající tento typ obsahu kumulují u několika specifických profilů. Ty pak mohou vzájemně interagovat, jako například na obrázku 27.



Obrázek 27 Screenshot Instagram poznámek, ve kterém na sebe odkazují stránky obrazkymemikove (vlevo), horskiho.memy(uprostřed) a gumnutovy_vtipy (vpravo) (Instagram c)

5.4.2 Kult mem stránky

Proces inzerce postavy autora do vlastní tvorby nebyla u předchozích memů tolik důležitá, u následujícího typu memů se ale jedná o prevalentní a nejvíce konzistentní charakteristiku. Nejen že totiž převrací a rozebírají běžné mem formáty, ale zároveň k tomu využívají svých vlastních postav, objektů a frází, okolo kterých vznikají skupiny vysoce dedikovaných fanoušků. Tyto stránky jsem se proto rozhodl označovat jako kult mem stránky.

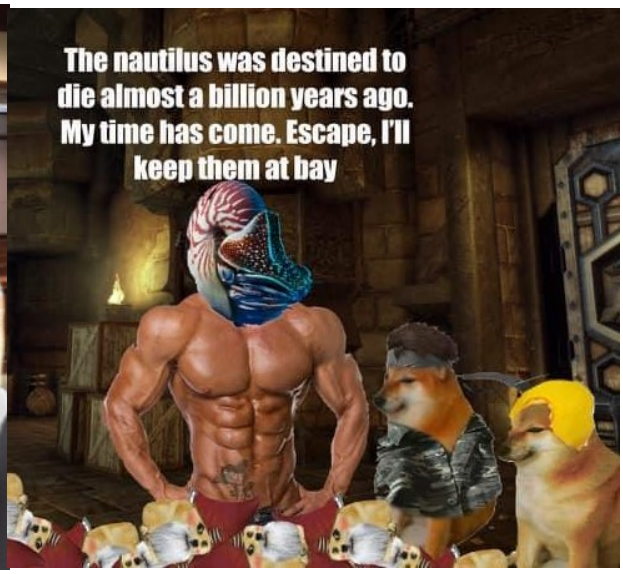
Obrázek 28 Rage comic obsahující různé memy ze stránky Schweppes wrld (Facebook))

Obrázek 29 Mem ze stránky Nautilus Memes (Facebook)

Oba memy na obrázcích 28 a 29 pocházejí ze svých vlastních facebookových stránek. Nalevo se jedná o příspěvek ze stránky *„Schweppes wrld“*, přičemž se veškeré její memy točí okolo titulovaného šumivého nápoje, který je dadaistickým způsobem zasazován do různých formátů, například rage komiksů jako na obrázku 28. Napravo je fotka ze stránky *„Nautilus Memes“*, jejíž memy se vždy točí okolo protagonisty ztvárněného loděnkou, hlavonožce z čeledi loděnkovití. Na této konkrétní fotce je loděnka zasazena do slavné a samostatně memované fotografie Johna Lennona, přičemž je vyobrazena jako atentátník. Násilnou podstatu memu podtrhuje i popisek fotky (ne na obrázku): „Should have imagined a world without me John.“

Humor memů tak spočívá v rozkladu jejich významu, ponurém humoru a obrovské míře absurdnosti. To zapříčiňuje i to, že i uživatelé s velkou znalostí memů se budou jejich významu domáhat jen těžko. Jediné významově pevné a opakující se objekty jsou v těchto memech právě autorovi postavičky, fráze a objekty, což vede k formování obdobných komunit jako v kapitole 4.3., jen s tím rozdílem, že sestává z uživatelů, kteří disponují tak velkou znalostí internetového intertextu, že si užívají její dekonstrukci a přistupují na autorovi narativy a humor

Obrázek 30 Samostaný mem ze stránky Doge Dad zahrnující postavu loděnky ze stránky Nautilus Memes (Facebook)



Obrázek 31 Jeden z panelů komiksu ze stránky Doge Dad zahrnující postavu loděnky ze stránky Nautilus Memes (Facebook)

Obdobně jako v předešlé podkapitole, i tyto stránky mezi sebou často interagují. Existence různých postaviček s různými povahami přitom umožňuje vznik samostatných memů i celých komiksů kombinujících postavy z různých stránek. Některé stránky se v tomto

obsahu specializují, jako například facebooková stránka „*Doge Dad“*. Ta pro svou tvorbu využívá psa shiba inu známého jako *Doge*, který v memech a komiksech ztvárňuje různé role a postavy. Uživatelé tak pro úplné pochopení memu musejí vedle schopnosti dešifrovat upravené a parodované mem formáty disponovat ještě znalostí charakteristik a příběhů jednotlivých postav, což vede k utváření tzv. cult following.

5.4.3 Shrnutí

Memy popisované v této kapitole vycházejí z autorovy i uživatelovy znalosti internetových hodnot a memů, přičemž jí ale záměrně parodují či dekonstruují v přímém kontrastu s masovými memy. Jsou tak určeny pro aktivní a selektivní publika uživatelů vymezujících se vůči masové kultuře memů. Ty pak společně s autory tvoří malé mem scény a komunity. Jedná se tak o podobný princip jako u komunitních memů, snad jen s tím rozdílem, že členové komunity okolo obskurních memů fungují spíše na principu „my, kteří nechápeme vtip“.

Závěr

Během procesu analýzy jsem si začal více a více uvědomovat, jak moc velký a náročný úkol představuje pojmenování druhů memů. Objem memetického obsahu v prostředí Internetu je totiž tak obrovský, že jakákoliv jeho kategorizace se zdá jako Sisifovská práce. Spíše než definitivní výčet jednotlivých druhů memů tak tato práce popisuje čtyři hlavní kategorie, do kterých lze zkoumané memy zařadit na základě jejich jednotlivých znaků.

Toto zařazování do čtyř kategorií podle úrovně memetického potenciálu a napojení na pomyslný internetový intertext jsem demonstroval v předešlé analytické části, která z velké části spočívala na mém osobním úsudku při výběru vhodných příkladů jednotlivých druhů memů a jejich následné interpretaci v duchu sémiotické analýzy. V této subjektivitě vidím největší slabinu analýzy, zároveň však myslím, že vzhledem k její kvalitativní povaze je pochopitelná a celkovému přínosu práce nijak neškodí.

Samotná analýza se soustředila v prvé řadě na hlubší popis vizuální podoby uvedených memů a až následovně na jejich místo v širším kontextu internetové kultury. Ukázala tak významy znaků, ze kterých se memy skládají a následně popisovala, jak s nimi jednotliví uživatelé nakládají při vlastní tvorbě či replikaci. Následně pak popisovala vzájemné vztahy těchto uživatelů a jejich jednotlivá místa v širších internetových souvislostech.

Z celé práce vyplývá rozmanitost vizuální podoby i významové hloubky internetových memů, dále pak jejich vzájemná provázanost. Práce demonstruje možný způsob jejich interpretace a kategorizace do širších rámců, umožňující jejich další hlubší zkoumání ve vztahu k širší internetové kultuře.

Summary

During the process of analysis, I began to realize more and more how big and challenging the task of naming types of memes is. The volume of memetic content in the Internet environment is so huge that any categorization of it seems like a Sisyphean job. Thus, rather than a definitive list of the different types of memes, this paper describes four main categories into which the memes under study can be classified based on their individual features.

I have demonstrated this classification into four categories according to the level of memetic potential and connection to an imagined Internet intertext in the previous analytical section, which largely relied on my personal judgment in selecting appropriate examples of each type of meme and then interpreting them in the spirit of semiotic analysis. I see this subjectivity as the biggest weakness of the analysis, but at the same time I think that given its qualitative nature it is understandable and does not harm the overall contribution of the thesis.

The analysis itself focused primarily on a deeper description of the visual form of the memes in question, and only then on their place in the broader context of Internet culture. Thus, it showed the meanings of the characters that make up the memes and then described how individual users deal with them in their own creation or replication. She then went on to describe the interrelationships of these users and their individual places in the wider Internet context.

Throughout the thesis, the diversity of visual form and depth of meaning of Internet memes, as well as their interconnectedness, emerges. The thesis demonstrates a possible way of interpreting and categorising them within broader frameworks, allowing for further in-depth exploration in relation to wider internet culture.

Použitá literatura a internetové zdroje

AUGNER, Robert. *Darwinizing Culture: The Status of Memetics as a Science* [online]. Oxford, UK: Oxford Academic, ISBN 9780191670473. Dostupné z: https://doi-org.ezproxy.is.cuni.cz/10.1093/acprof:oso/9780192632449.001.0001

BARTHES, Roland a Stephen HEATH, 1977. The death of the author. In: *Image, music, text*. London: Fontana, s. 142-148. ISBN 0006861350.

BLACKMORE, Susan J. a Martin KONVIČKA, 2001. *Teorie memů: kultura a její evoluce*. Praha: Portál. ISBN 80-7178-394-3.

Cambridge Dictionary: Culture [online]. [cit. 2023-04-28].

DAWKINS, Richard. *The selfish gene*. 40th anniversary edition. [online]. Oxford, England: Oxford University Press, 2016, [cit. 2023-01-10]. ISBN 0-19-109306-8. Dostupné z: https://ebookcentral.proquest.com/lib/cuni/reader.action?pq-origsite=primo&ppg=4&docID=4545419

DENISOVA, Anastasia, ed. Meme. In: MERSKIN, Debra L. *The SAGE International Encyclopedia of Mass Media and Society* [online]. 2019. SAGE Publications, Incorporated, s. 1092-1093 [cit. 2023-03-12]. ISBN 9781483375533. Dostupné z: https://ebookcentral.proquest.com/lib/cuni/detail.action?pq-origsite=primo&docID=5990422.

DIJK, Jan van. *The network society*. 2nd edition. Thousand Oaks: Sage Publications, 2012, ISBN 978-1-4462-4895-9.

Guy With The Digger At Suez Canal. In: *Twitter* [online]. [cit. 2023-04-28]. Dostupné z: https://twitter.com/SuezDiggerGuy

Hackerman. In: *Know Your Meme* [online]. [cit. 2022-04-28]. Dostupné z: https://knowyourmeme.com/memes/hackerman

HAVLÍK, Antonín. Proč pořád někdo nahlašuje bombu na VŠE? Vyučující musí zkoušky přesouvat do parků, kaváren i KFC, viník je stále neznámý. *Refresher* [online]. 18. Ledna 2020 15:18 [cit. 2023-04-28]. Dostupné z: https://refresher.cz/79516-Proc-porad-nekdo-nahlasuje-bombu-na-VSE-Vyucujici-musi-zkousky-presouvat-do-parku-kavaren-i-KFC-vinik-je-stale-neznamy

HIGHMORE, Ben, 2016. *Culture*. [online] London ; New York: Routledge. Key Ideas in Media and Cultural Studies. ISBN 1-136-47298-3. Dostupné z: https://ebookcentral.proquest.com/lib/cuni/detail.action?docID=4185665&pq-origsite=primo.

Internet Memes, 2017. In: MILTNER, Kate. *The SAGE Handbook of Social Media* [online]. London, UK: SAGE Publications, s. 412-428 [cit. 2023-04-28]. ISBN 1412962293. Dostupné z: https://web-s-ebscohost-com.ezproxy.is.cuni.cz/ehost/detail/detail?vid=0&sid=d77ffe93-4c07-48bb-8658-c61ecaaea3f6%40redis&bdata=JkF1dGhUeXBlPWlwLHNoaWImbGFuZz1jcyZzaXRlPWVob3N0LWxpdmUmc2NvcGU9c2l0ZQ%3d%3d#AN=1638161&db=nlebk

JAHODA, Gustav. *The ghosts in the meme machine*. History of the human sciences [online]. London, England: SAGE Publications, 2002, 15(2), s. 55-68 [cit. 2023-03-06]. ISSN 0952-6951. Dostupné z: doi:10.1177/0952695102015002126

JENKINS, Henry, Sam FORD a Joshua (Joshua Benjamin) GREEN. *Spreadable media: creating value and meaning in a networked culture*. [online]. New York: New York University Press, [cit. 2023-03-11]. ISBN 978-0-8147-4350-

JENKINS, Henry, Sam FORD a Joshua (Joshua Benjamin) GREEN. *Spreadable media: creating value and meaning in a networked culture*. New York: New York University Press, 2012, ISBN 978-0-8147-4350-8.

KRISTEVA, Julia. Slovo, dialog a román: texty o sémiotice. Praha: Pastelka, 1999. ISBN 80-902439-3-2.

List of The Office episodes. In: *Wikipedia* [online]. [cit. 2022-04-28]. Dostupné z: https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_The_Office_(American_TV_series)_episodes

LolCats. In: *Know Your Meme* [online]. [cit. 2022-04-28]. Dostupné z: https://knowyourmeme.com/memes/lolcats

Meme Generator [online]. [cit. 2023-04-28]. Dostupné z: https://memegenerator.net

N, Sam M.S, 2013. PATTERN RECOGNITION. *PsychologyDictionary.org* [online]. [cit. 2023-04-28]. Dostupné z: https://psychologydictionary.org/pattern-recognition/

Normie. In: *Know Your Meme* [online]. [cit. 2022-04-28]. Dostupné z: https://knowyourmeme.com/memes/normie

Object Labeling. In: *Know Your Meme* [online]. [cit. 2022-04-28]. Dostupné z: https://knowyourmeme.com/memes/object-labeling

Ok,Boomer. In: *Know Your Meme* [online]. [cit. 2022-04-28]. Dostupné z: https://knowyourmeme.com/memes/ok-boomer

PAVLÍČEK, Antonín, 2010. *Nová média a sociální sítě*. Praha: Oeconomica. ISBN 978-80-245-1742-1.

PLOTKIN, Henry, ed., 2001. Culture and psychological mechanisms. In: AUGNER, Robert. *Darwinizing Culture: The Status of Memetics as a Science* [online]. Oxford, UK: Oxford Academic, s. 68–82 ISBN 9780191670473. Dostupné z: https://doi-org.ezproxy.is.cuni.cz/10.1093/acprof:oso/9780192632449.003.0004

RageComics. In*: Know Your Meme* [online]. [cit. 2022-04-28]. Dostupné z: https://knowyourmeme.com/memes/subcultures/rage-comics

Rickroll. In: *Know Your Meme* [online]. [cit. 2022-04-28]. Dostupné z: https://knowyourmeme.com/memes/rickroll

SHIFMAN, Limor a Mike THELWALL. *Assessing global diffusion with Web memetics: The spread and evolution of a popular joke*. Journal of the American Society for Information Science and Technology [online]. Hoboken: Wiley Subscription Services, Inc., A Wiley Company, 2009, 60(12), s. 2567-2576 [cit. 2023-04-16]. ISSN 1532-2882. Dostupné z: doi:10.1002/asi.21185

SHIFMAN, Limor, 2014. *Memes in digital culture* [online]. Cambridge, Massachusetts: MIT Press [cit. 2023-04-28]. ISBN 0-262-31770-2. Dostupné z: https://web-p-ebscohost-com.ezproxy.is.cuni.cz/ehost/detail/detail?vid=0&sid=cc6bff14-ffd1-45ac-ad1d-11d14e229b6d%40redis&bdata=JkF1dGhUeXBlPWlwLHNoaWImbGFuZz1jcyZzaXRlPWVob3N0LWxpdmUmc2NvcGU9c2l0ZQ%3d%3d#AN=649171&db=e000xww

SHIFMAN, Limor. Memes in a Digital World: Reconciling with a Conceptual Troublemaker. *Journal of computer-mediated communication* [online]. Oxford, UK: Blackwell Publishing, 2013, 18 (3), s. 362-377 [cit. 2023-01-10]. Dostupné z: doi:10.1111/jcc4.12013

SCHULTE, Stephanie Ricker, 2013. *Cached: Decoding the Internet in Global Popular Culture*. [online] New York, NY: New York University Press. Critical Cultural Communication. ISBN 0-8147-8868-8. Dostupné z: https://search-ebscohost-com.ezproxy.is.cuni.cz/login.aspx?direct=true&AuthType=ip,shib&db=e000xww&AN=564159&lang=cs&site=ehost-live&scope=site

Utváření publika a jeho zkušenosti, 2009. In: MCQUAIL, Denis a Hana ANTONÍNOVÁ. *Úvod do teorie masové komunikace*. Vydání čtvrté, rozšířené a přepracované. Praha: Portál, s. 430-464., ISBN 978-80-7367-574-5.

XIE, Chaoqun, 2022. *The Pragmatics of Internet Memes* [online]. The Netherlands: John Benjamins Publishing Company [cit. 2023-04-28]. ISBN 9027211361. Dostupné z: https://ebookcentral.proquest.com/lib/cuni/reader.action?pq-origsite=primo&ppg=2&docID=6955376
Zkoumání obsahových významů, Sémiotická analýza. In: TRAMPOTA, Tomáš a Martina

VOJTĚCHOVSKÁ. *Metody Výzkumu Médií* [online]. Praha: Portál, s. 117-126 [cit. 2023-04-28]. ISBN 978-80-7367-683-4. Dostupné z: https://web-s-ebscohost-com.ezproxy.is.cuni.cz/ehost/ebookviewer/ebook/bmxlYmtfXzE2Mzk5MjhfX0FO0?sid=bc6792ff-7b11-48c9-bbae-e827d9e1d2ff@redis&vid=0&format=EB&rid=1

Zdroje použitých obrázků

JAHODA, Gustav. *The ghosts in the meme machine. History of the human sciences* [online]. London, England: SAGE Publications, 2002, 15(2), s. 55-68 [cit. 2023-03-06]. ISSN 0952-6951. Dostupné z: doi:10.1177/0952695102015002126

The Best of Classic Rage Comics (13 pics), 2012. In: AcidCow [online]. [cit. 2023-03-23]. Dostupné z: https://acidcow.com/pics/34464-the-best-of-classic-rage-comics-13-pics.html

Je na VŠE dnes hlášena bomba?, 2022. In: *Facebook* [online]. [cit. 2023-04-02. Dostupné z: https://www.facebook.com/BombovaSkola

FSV Memes, 2019. In: *Facebook* [online]. [cit. 2023-04-02]. Dostupné z: https://www.facebook.com/fsvmemes

Smažená niva jedině v jídelně U Vrtule v pražských Holešovicích, 2019. In: *Facebook* [online]. [cit. 2023-04-03]. Dostupné z: https://www.facebook.com/vrtuletop/photos/a.119919876058275/156445575739038/

Memes z Hospůdky Revival, 2017. In: *Facebook* [online]. [cit. 2023-04-03]. Dostupné z: https://www.facebook.com/HospodaRevival/photos/a.345171799198112/454098564972101

TYČÍČO.cz, 2023. In: *Facebook* [online]. [cit. 2023-04-01]. Dostupné z: https://www.facebook.com/TYCICO.cz

EMEFKA.sk, 2022. In: *Facebook* [online]. [cit. 2023-04-01]. Dostupné z: https://www.facebook.com/emefka.sk/photos/a.306333829577931/2140087116202584/

PemiK, 2023. In: *Facebook* [online]. [cit. 2023-04-01]. Dostupné z: https://www.facebook.com/photo?fbid=761289158694834&set=a.583710086452743
R/theofficememes, 2023. In: *Reddit* [online]. [cit. 2023-04-08]. Dostupné z: https://www.reddit.com/r/theofficememes/comments/10wyzat/come_in/

The Office Memes, 2023. In: *Facebook* [online]. [cit. 2023-04-08]. Dostupné z: https://www.facebook.com/emefka.sk/photos/a.306333829577931/2140087116202584/

Just Like The Simulations, 2020. In: *KnowYourMeme* [online]. [cit. 2023-04-08]. Dostupné z: https://knowyourmeme.com/memes/just-like-the-simulations

Velma (TV Series), 2023. In: *KnowYourMeme* [online]. [cit. 2023-04-10]. Dostupné z: https://knowyourmeme.com/memes/subcultures/velma-tv-series

Puss in Boots: The Last Wish, 2023. In: *KnowYourMeme* [online]. [cit. 2023-04-10]. Dostupné z:

https://knowyourmeme.com/memes/subcultures/puss-in-boots-the-last-wish

My Parents Are Dead / Batman Slapping Robin, 2009. In: *KnowYourMeme* [online]. [cit. 2023-04-10]. Dostupné z: https://knowyourmeme.com/memes/subcultures/velma-tv-series

R/dankmemes, 2009. In: *Reddit* [online]. [cit. 2023-04-9]. Dostupné z: https://www.reddit.com/r/dankmemes/comments/12fyxqv/weed_eater/

Loss, 2011 In: *KnowYourMeme* [online]. [cit. 2023-04-11]. Dostupné z: https://knowyourmeme.com/memes/loss

Press F to Pay Respects, 2014. In: *Know Your Meme* [online]. [cit. 2023-04-12]. Dostupné z: https://knowyourmeme.com/photos/858776-press-f-to-pay-respects

Po smrti Karla Gotta zaplavilo diskuze a sociální sítě písmeno F, 2019. In: *Novinky.cz* [online]. [cit. 2023-04-12]. Dostupné z: https://www.novinky.cz/clanek/kultura-karel-gott-po-smrti-karla-gotta-zaplavilo-diskuze-a-socialni-site-pismeno-f-40298514

horskiho.memi, 2023. In: *Instagram* [online]. [cit. 2023-04-13]. Dostupné z: https://www.instagram.com/p/CnNSMD3gCTy/

gumnutovy_vtipi, 2023. In: *Instagram* [online]. [cit. 2023-04-13]. Dostupné z: https://www.instagram.com/p/CqleRTPsLOH

Schweppes wrld, 2022. In: *Facebook* [online]. [cit. 2023-04-13]. Dostupné z: https://www.facebook.com/SCHWPSWRLD

Nautilus memes, 2020. In: *Facebook* [online]. [cit. 2023-04-13]. Dostupné z: https://www.facebook.com/profile.php?id=100064631838354

Doge Dad, 2020. In: *Facebook* [online]. [cit. 2023-04-13]. Dostupné z: https://www.facebook.com/dogedad

Teze bakalářské práce

Institut komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK
Teze BAKALÁŘSKÉ diplomové práce

TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:

Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta: **Březina Luděk**	**Razítko podatelny:**
Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta: **2020/21**	
E-mail diplomantky/diplomanta: **24535226@fsv.cuni.cz**	
Studijní obor/forma studia: **Mediální studia/prezenční**	

Název práce v češtině:
Druhy internetových memů: Teorie memů a intertextualita v internetové kultuře

Název práce v angličtině:
The kinds of internet memes: The concept of memes and intertextuality in the internet culture

Předpokládaný termín dokončení (semestr, akademický rok – vzor: *ZS 2012/2013*):
(diplomovou práci je možné odevzdat nejdříve po dvou semestrech od schválení tezí)
LS 2023

Základní charakteristika tématu a předpokládaný cíl práce (max. 1000 znaků)**:**
Internet a sociální sítě se za svou dobu existence stali místem, kde denně tráví hodiny času miliardy lidí z celého světa a různých kultur. Internet jejich vzájemné vzdálenostní rozdíly v podstatě maže a vytváří si svojí vlastní kulturu, včetně hodnot, specifického diskurzu apod. Jedním ze základních komunikačních nástrojů v internetové kultuře jsou internetové memy. Pojem mem Richarda Dawkinse, který původně znamená jednotku kulturní dědičnosti, v internetovém prostředí označuje myšlenkové koncepty sdíleny online, nejčastěji však známé ve formě humorných videí či obrázků. Pro jejich pochopení či tvoření je však často nutné hlubší znalost internetové historie a bezpočtu obskurních odkazů či narážek. Tento koncept znalosti internetové kultury nemá daleko k myšlence intertextuality J. Kristevové, ve které každý text odkazuje na bezpočet jiných textů. Tato práce bude zkoumat podobnosti v konceptech memů a intertextuality v prostředí internetu a následně se pokusí zmapovat základní typy internetových memů.

Předpokládaná struktura práce (rozdělení do jednotlivých kapitol a podkapitol se stručnou charakteristikou jejich obsahu)**:**

Úvod

1. Teoretická část
- 1.1. Teorie memů a intertextualita
- 1.2. Online kultura
- 1.3. Kapitola vycházející z předchozích dvou kapitol, zkoumající šíření internetových memů a princip intertextuality v online kultuře

2. Praktická část

Metodologie práce
- 2.1. Sémiotická analýza jako metoda výzkumu
- 2.2. Charakteristika internetových memů, na kterých je analýza založen
- 2.3. Analýza internetových memů

3. Výsledky analýzy
- 3.1. Internetové memy z pohledu teorie memů
- 3.2. Internetové memy z pohledu intertextuality
- 3.3. Základní typy internetových memů

Závěr

Vymezení zpracovávaného materiálu (např. konkrétní titul periodika a období jeho analýzy)**:**
Internetové memy vybrané z mezinárodních diskuzních fór (např. subreddit r/dankmemes), profilů (např. facebookový profil

PemiK) a webových stránek zaměřených na šíření či tvorbu internetových memů. (např. KnowYourMeme)

Postup (technika) při zpracování materiálu:
Sémiotická analýza se zaměřením na intertextualitu

Základní literatura (nejméně 5 nejdůležitějších titulů k tématu a způsobu jeho zpracování; u všech titulů je nutné uvést stručnou anotaci na 2-5 řádků)**:**

DAWKINS, Richard. *The Selfish Gene*. London: Paladin Granada Publishing, 1976

- Kniha skrze myšlenky evolučního darwinismu popisuje šíření informací a dovedností a jako první zavádí pojem mem.

BLACKMORE, Susan J. a Martin KONVIČKA. *Teorie memů: kultura a její evoluce.* Praha Portál, 2001, ISBN 80-7178-394-3.

- Blackmore navazuje na Dawkinsův koncept memů, a popisuje jejich principy šíření ve společnosti a kultuře z více sociálně-vědeckého pohledu.

KRISTEVA, Julia a Josef FULKA. *Slovo, dialog a román: texty o sémiotic*e. Praha: Sofis, 1999, ISBN 80-902439-3-2.

- Autorka v knize přichází s pojmem intertextualita a s myšlenkou, že autoři netvoří svůj vlastní text, ale spíše ho skládají z předchozích existujících textů.

BARTHES, Roland a Stephen HEATH. *Image, music, text.* London: Fontana Press, 1977, ISBN 0-00-686135-0

- Barthes ve stejnojmenné eseji přichází s teorií Smrti Autora, která skrze formou literární kritiky nepřímo navazuje na koncept intertextuality.

PAVLÍČEK, Antonín. *Nová média a sociální sítě*. Praha: Oeconomica, 2010, ISBN 978-80-245-1742-1

- Tyto skripta poskytují základní charakteristiku nových médií a prostředí sociálních sítí.

Diplomové práce k tématu (seznam bakalářských, magisterských a doktorských prací, které byly k tématu obhájeny na UK, případně dalších oborově blízkých fakultách či vysokých školách za posledních pět let)

LIMANOVSKÝ, Adam. *Internetové memy a jejich virální potenciál.* Praha, 2020. Diplomová práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Katedra mediálních studií. Vedoucí práce Jirků, Jan.

DJAKOUALNOVÁ, Taida. *Fenomén internetových memů: vytváření a šíření kulturních symbolů v kyberprostoru.* Bakalářská práce, Univerzita Karlova. Filozofická fakulta, 2016

TOMÁŠOVÁ, Lucia. *Nové internetové humory*. Bakalářská práce, Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, 2011.

KHAN, Jakub. *Internetové memy v prezidentských volbách*. Bakalářská práce, Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, 2019

PROCHÁZKOVÁ, Pavlína. *Smrt autora v kontextu sociálních sítí.* Diplomová práce, Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, 2021.

Datum / Podpis studenta/ky
14. 9. 2022 **……**

TUTO ČÁST VYPLŇUJE PEDAGOG/PEDAGOŽKA:

Doporučení k tématu, struktuře a technice zpracování materiálu:

Případné doporučení dalších titulů literatury předepsané ke zpracování tématu:

Potvrzuji, že výše uvedené teze jsem s jejich autorem/kou konzultoval(a) a že téma odpovídá mému oborovému zaměření a oblasti odborné práce, kterou na FSV UK vykonávám.

Souhlasím s tím, že budu vedoucí(m) této práce.

……

Příjmení a jméno pedagožky/pedagoga **Datum / Podpis pedagožky/pedagoga**

Seznam obrázků

Obrázek 2 Každoroční počet akademických prací zmiňující slovo „memetic“ podle Google Scholar (numGS, růžově) a podle citačního indexu ISI (modře, dnes Web Of Science), (JAHODA,2024)
Obrázek 2 Rage comics: (Acid Cow a)
Obrázek 3 Rage comics: (Acid Cow b)
Obrázek 4 Je na VŠE dnes hlášena bomba? (Facebook a)
Obrázky 5 FSV Memes (Facebook b)
Obrázek 6 FSV Memes (Facebook c)
Obrázek 7 Smažená niva jedině v jídelně U Vrtule v pražských Holešovicích (Facebook d)
Obrázek 8 Memes z Hospůdky Revival, (Facebook e
Obrázek 9 EMEFKA.sk, dostupné z: (Facebook f)
Obrázek 10 TYČÍČO.cz, (Facebook g)
Obrázek 11 Stránka PemiK přebírající mem ze stránky EMEFKA, (Facebook h)
Obrázek 12 Mem přímo odkazující na scénu z The Office (Reddit a)
Obrázek 13 Mem využívající snímek z The Ofiice jako reakční obrázek (Facebook i)
Obrázek 14 „just like the simulations“ mem použit v reakci na reálnou zkušenost (Know Your Meme a)
Obrázek 1: „just like the simulations“ mem použit v reakci na samo o sobě humornou situaci (Know Your Meme b
Obrázek 16 Mem vyobrazující konflikt mezi dvěma podobami postavy Velmy Dinkley (upraveno) (Know Your Meme d)
Obrázek 17 Mem stavící proti sobě filmy Avatar 2 a Kocour v Botách: Poslední Přání (Know Your Meme e)
Obrázek 18 Mem sloužící jako předloha pro mem na obrázku 16 (Know Your Meme f)
Obrázek 19 Mem reagující na vývoj produkce druhé série seriálu Velma za pomocí snímku z filmu Kocour v Borách: Poslední Přání (Reddit b)
Obrázek 20 Původní komiks loss a jeho následná redukce na pouhé schéma (Know Your Meme g)
Obrázek 21 Mem reagující na pudovost rozpoznávání Loss (Know Your Meme h)
Obrázek 22 Loss vzorec použit ve schématu na určení mem znalosti uživatele (Know Your Meme i)
Obrázek 23 Původní „press f“ quick time event (Know Your Meme j)
Obrázek 24 Hromadné komentování písmena F pod příspěvkem o smrti zpěváka Karla Gotta (Novinky.cz
Obrázek 25 Mem z instagramové stránky gumnutovy_vtipy (Instagram a)
Obrázek 26 Mem z instagramové stránky horskiho.memy (upraveno) (Instagram b)
Obrázek 27 Screenshot Instagram poznámek, ve kterém na sebe odkazují stránky obrazkymemikove (vlevo), horskiho.memy(uprostřed) a gumnutovy_vtipy (vpravo) (Instagram c)
Obrázek 28 rage comic obsahující různé memy ze stránky Schweppes wrld (Facebook))
Obrázek 29 Mem ze stránky Nautilus Memes (Facebook
Obrázek 30 Samostaný mem ze stránky Doge Dad zahrnující postavu loděnky ze stránky Nautilus Memes (Facebook)
Obrázek 31 Jeden z panelů komiksu ze stránky Doge Dad zahrnující postavu loděnky ze stránky Nautilus Memes (Facebook)