

## Mémek: a világjárvány médiarítusai

### Absztrakt

A koronavírus okozta világméretű járvány egyik sajátos kísérőjelensége a pandémiával foglalkozó mémek virális terjedése a közösségi hálózatokon. Bár a mém az online diskurzus egyik populáris, szórakoztató célú műfaja, mégis úgy tűnik, fontos szerepe van a járványról szóló társadalmi diskurzusban. A média szimbolikus társadalmi szerepét hangsúlyozó, a *rítus* fogalma köré szerveződő neodurkheimi médiaelmélet alkalmas keretet kínál ahhoz, hogy segítségével megértsük: egy világméretű fenyegetést jelentő járvány közepette az embereket mi készíteti arra, hogy komoly problémákon viccelődjenek, gúnyolódjanak vagy ironizáljanak, és végső soron szórakozzanak. A tanulmány a járvány első hullámának idején magyar közösségi oldalakon terjedő mémek elemzése alapján azok rituális és terapeutikus funkcióját igyekszik bemutatni.

### Szerző

**Glózer Rita** kommunikációkutató, a PTE Kommunikáció- és Médiatudományi Tanszékének docense. Doktori fokozatát a Pécsi Tudományegyetem nyelvtudományi doktori programjában szerezte kommunikációból (2007), ugyancsak a PTE-n habilitált 2019-ben az Irodalomtudomány Doktori Iskolában. Főbb kutatási területei a diskurzuselemzés, a részvételi kultúra és a felhasználói tartalmak szerepe az újmédiában. *Diskurzusok a civil társadalomról* című monográfiája a L'Harmattan Kiadónál jelent meg 2008-ban. Társszerzője a *Nemzet a mindennapokban: Az újnacionalizmus populáris kultúrája* című kötetnek (2014). Az amatőr felhasználói videókkal, a YouTube részvételi kultúrájával és az Instagram kisajátító használati módjaival foglalkozó tanulmányai olvashatóak többek között a *Replika*, a *Marketing & Management*, az *Információs Társadalom*, a *Literatura*, a *Médiakutató*, a *Korunk* (Kolozsvár), a *MeDok* (Kolozsvár), valamint az *Acta Universitatis Sapientiae Communicatio* (Marosvásárhely) című folyóiratokban. Email: glozer.rita@pte.hu

---

<https://doi.org/10.31176/apertura.2020.16.1.5>

## Mémek: a világjárvány médiarítusai

A koronavírus okozta világméretű járvány egyik sajátos kísérőjelensége a pandémiával foglalkozó mémek [1] virális terjedése a közösségi hálózatokon. A járvány médiareprezentációjában és tematizálásában általában véve is kiemelkedő szerepet játszanak a közösségi oldalak, ahol különféle forrásokból származó, eltérő megközelítésű és hitelességű médiatartalmak kerülnek közös platformra. A járvány első hullámában a Facebook közösségi oldalon közvetítették a magyar kormányzat által felállított operatív törzs napi sajtótájékoztatóját, a hatóságok ugyanitt, illetve a YouTube videómegosztón fizetett hirdetésekkel keresztül igyekeztek elérni az állampolgárokat és tájékoztatást nyújtani a védekezés megfelelő formáiról, de itt szerveződnek a különféle vírusszkeptikus és vírustagadó közösségek is. [2] A tömeges megbetegedések időszakában magánszemélyek személyes oldalain közzétett, saját tapasztalatokat megosztó és gyakran a védekezésre felszólító beszámolók terjednek. Az elektronikus tömegmédiák, online hírportálok, hivatalos állami szervek és magánszemélyek közösségimédia-oldalain megosztott írásokat, fotókat a felhasználók nemcsak olvassák, de minősítik és kommentálják, valamint maguk is megosztják, biztosítva ezzel e médiatartalmak széles körű hálózati terjedését. Ennek a kommunikációs és kapcsolattartási formának a jelentősége különösen felértékelődött a 2020 tavaszán, a járvány súlyosbodásakor világszerte bevezetett korlátozások és lezárások idején.

A mém a pandémia kapcsán kibontakozó intenzív online diskurzus egyik populáris műfaja, mely sem nem tárgyyszerű, sem nem informatív és végképp nem komoly, mégis úgy tűnik, fontos szerepe van a járványról szóló társadalmi diskurzusban. Bár még nagyon friss jelenségről van szó, néhány tudományos kutatás és elemzés már hozzáférhető a témában, ezek például a felvilágosításban és ismeretterjesztésben, valamint a közösségek véleményének a politikai szervek felé való továbbításában látják a járvánnyal foglalkozó mémek jelentőségét (Msughter 2020) [3], illetve rámutatnak a különböző generációs csoportok közötti tapasztalat- és attitűdbeli különbségekre, sőt konfliktusokra a vírusról szóló mémekben történő kifejeződésére (MacDonald 2020) [4]. Ezek a kutatások – túl azon, hogy afrikai és észak-amerikai társadalmi-politikai kontextusokon belül értelmezik a vizsgált mémeket – elsősorban a mémek mint közlemények explicit kommunikatív tartalmára és funkciójára fókuszálnak. Tanulmányomban egy ettől eltérő megközelítést alkalmazva a mémeknek a nyilvános kommunikációban betöltött általában vett rituális és terapeutikus szerepét vizsgálom. A média szimbolikus társadalmi szerepét hangsúlyozó, a *ritus* fogalma köré szerveződő neodurkheimi médiaelmélet ugyanis alkalmas keretet kínál ahhoz, hogy segítségével megértsük: egy világméretű fenyegetést jelentő járvány közepette az embereket mi készíti arra, hogy komoly problémákon viccelődjenek, gúnyolódjanak vagy ironizáljanak, és amatőr médiatartalmakat alkotva és fogyasztva – végső

oron – szórakozzanak.

A neodurkheimi médiaelmélet kiindulópontja az a felismerés, hogy amíg a korábbi homogén szerkezetű kultúrák egységének megteremtését és fenntartását, a közösségek integrációját az egységes vallási rítusok biztosították, ezt a szerepet a szekularizált és vallásosság tekintetében pluralizált modern világban az erősen széttagolódott vallási mező már nem képes betölteni. Integratív funkcióját eleinte az audiovizuális tömegmédiá, majd napjainkra a digitális hálózati média veszi át, mely a mindennapokban értékeket, normákat, rítusokat és ezzel identitásokat képes szimbolikus módon megkonstruálni. Ennek fő eszközei a különféle médianarratívák, azonban az irányzat képviselői szerint a média nem csupán elmeséli a történeteket, hanem azokat aktívan rekonstruálva drámát, cselekvést tesz elérhetővé. „Az emberek nem egyszerűen a média meséit hallgatják, hanem ezen keresztül tevékenyen részt vesznek annak a világnak a szimbolikus újratestésében és orális megítélésében, melyben élnek” (Császi 2002: 15). Ez a performatív és participatív mozzanat különösen intenzívvé válik a közösségi médiában, mely a felhasználók számára aktív részvételi lehetőségeket (vö. Jenkins 2006) biztosít a médiaszövegek létrehozásában, szerkesztésében, megosztásában és megvitatásában.

### **„Katasztrófák médiareprezentációja” [5]**

A katasztrófák, drámai és tragikus események médiabeli ábrázolására irányuló kutatások mára klasszikussá vált irányzata a neodurkheimi rituális médiaelmülethez kötődik. Alapfeltevése, hogy a katasztrófák társadalmi-kulturális jelentősége túlmutat az általuk okozott humanitárius, gazdasági vagy természeti károkon, mivel ezek ugyanakkor súlyosan megsértik a közösség külső-belső határait, integritását is, megakasztják a mindennapok normál menetét, és végső soron „felborítják a társadalom normatív rendjét” (Császi 2002: 139). Megfigyelések szerint a katasztrófák drámai eseményeire adott társadalmi reakció először mindig a zűrzavar és a félelem fokozódása, majd ezután az összefogás, a szolidaritás különféle akcióinak megszervezése következik, és végül a rend gyors és közös helyreállítására irányuló cselekvésekre kerül sor. Mindeközben erőteljes társadalmi igény mutatkozik olyan magyarázatok megfogalmazására, melyek megnyugtató módon értelmezik a történeteket. Ilyen értelmezések nyilvános megfogalmazására a média különféle szinterein van lehetőség.

Köztudott, hogy a katasztrófák társadalmi kezelésében fontos szerepet kap a tömegtájékoztató, például a kormányzati tájékoztató tevékenység támogatásában, ám a média szerepe korántsem merül ki ebben. A televízió és a nyomtatott sajtó, azaz a professzionális újságírás és tartalomgyártás korában a katasztrófák médiabeli megjelenítésében, a róluk való tudósításban fontos szerepet játszottak, játszanak az újságírók, tudósítók és szerkesztők, akik a drámai események képeit sajátos kulturális narratívákba illesztik, és – ahogy a média neodurkheimi megközelítését képviselő kutatók hangsúlyozzák – a közösségről (nemzetről, emberiségről) szóló modern mítoszokhoz kapcsolják.

E mítoszok alapját a katasztrófák társadalmi percepciójában a kezdetektől jelen lévő vallásos motívumok jelentik. Az ember a természeti csapásokat az ősidőktől kezdve hajlamos olyan „jelekként” interpretálni, melyek szoros összefüggésben vannak az emberiség korábbi tetteivel, jelenbeli morális állapotával és a jövőre vonatkozó kilátásaival (Császi 2002: 141). A katasztrófákat üzenetként, figyelmeztetésként értelmező hagyomány hatására azok szekuláris jelentése módosul, és a médiareprezentációk közvetítésével a közösség helyzetéről, morális állapotáról szóló szimbolikus konstrukciók részévé válik. A természeti, ipari katasztrófákról, terrortámadásokról szóló médiatudósítások így – túl azon, hogy egy szélesebb közösség számára adnak lehetőséget a szenvedőkkel való együttérzés kinyilvánítására és a szolidaritás konkrét cselekedeteinek megtételére – morális integratív szerepet töltenek be, mert a drámai eseményeket korábbról már ismert történetsémákba ágyazzák be (mint amilyenek például a különféle hősookról, hőstettekről, problémamegoldásról, az egyensúly helyreállításáról szóló mitikus történetek). Ennek során különösen a populáris média a közmorál leegyszerűsített sémáit használva a világot a Jó és a Rossz, a Szent és a Profán, a Rend és Káosz rituális küzdelmeként jeleníti meg, és ezáltal teremti meg az értelemadás, a rituális megtisztulás és a közösséggel való azonosulás lehetőségét (Császi 2002: 15).

A képi, mozgóképes médiaszövegek vizuális természetükből fakadóan különösen fontos szerepet játszanak a katasztrófák ábrázolásában, hiszen felkínálnak olyan képeket, látványelemeket, melyek révén mindazok, akik nem voltak személyesen tanúi az eseményeknek, kialakíthatják saját értelmezéseiket, fantáziáikat. Császi a katasztrófaszociológia és a filmtudomány elemzéseit összevetve rámutat arra, hogy a televíziózás fénykorában az emberek jellemzően a populáris média melodramatikus, a szorongást vizuálisan ábrázoló tudósításainak segítségével képzeltek el a különböző szerencsétlenségeket (Császi 2002: 150).

Ugyanakkor már a hagyományos televízió közönsége is készletet érzett arra, hogy aktívan reagáljon a képernyőről rá zúduló nagy mennyiségű vizuális információra, különösen igaz ez a katasztrófák képeit otthonaikból követő, kiszolgáltatott, tehetetlen és frusztrált nézőkre. Ez magyarázza a természeti katasztrófákról, balesetekről, terrortámadásokról szóló viccek keletkezését és terjedését különféle kommunikációs csatornákon, amint azt már a Challenger űrrepülő katasztrófája (1986.01.28.) és Diana hercegnő autóbalesete (1996), illetve a World Trade Center elleni terrortámadás (2001.09.11.) után megfigyelték (Császi 2002, Kuipers 2002). A Challenger-baleset és a World Trade Center elleni terrortámadás nyomán keletkezett vicceket vizsgálva Császi kiemeli, hogy a katasztrófákról a média képein keresztül értesülő közönség tagjainak nincs lehetőségük aktívan részt venni a károk mérséklésében, a segítségnyújtásban. Arra viszont nekik is szükségük van, hogy feldolgozzák a látvány okozta traumát, megszabaduljanak a tehetetlenségtől és a büntudattól, azaz elgyászolják a (kollektív) veszteséget. „A média által közvetített távoli, sokkoló képekkel való rituális megbirkózás” számukra elérhető legfontosabb eszköze a humor, ezzel magyarázható, hogy röviddel a tragikus eseményeket követően (sokak szerint a jó ízlés határain túlmenően) viccek terjedtek el a populáris nyilvánosságban (Császi 2002: 163).

A jelenség iránt érdeklődő folklórkutatók olyan átmeneti rítusként értelmezik a gyászfeldolgozásnak ezt a sajátos módját, mely az egyént egyik társadalmi státusból egy másikba átvezető hagyományos „átmeneti rítusok” (vö. van Gennep 2005) modern, mediatizált formája. A katasztrófaviccek mesélése, meghallgatása az érintetteket a tragikus események által okozott krízisen vezetik át: a káoszból a rendbe, a váratlanból a kiszámíthatóba, a veszélyesből a biztonságosba, a kiszolgáltatottságból egy kontrollált helyzetbe (Császi 2002). A résztvevők az átmenet liminális szakaszában a fájdalom feldolgozásaként felnagyítva és túlozva kigúnyolják azt, ami elveszett, elsősorban annak ellentmondásait, gyengeségeit hangsúlyozzák, hogy a veszteség elfogadható legyen, szögezi le Császi. Az ilyen viccek tehát a társadalom értékrendjében, az emberek érzelmi állapotában vagy a kulturális normákban bekövetkezett határsértéseket tematizálják humoros formában, emellett pedig jó szolgálatot tesznek a feszültségektől való kollektív megszabadulás lehetőségeinek biztosításával is.

Ehhez kapcsolódóan a hétköznapi emberek az említett katasztrófák kapcsán gyakran éppen a viccek, folklorisztikus médiaszövegek révén tudnak hangot adni a különféle hatóságokkal, politikai intézményekkel kapcsolatos csalódottságuknak. Gyakran ezen a módon bírálják a média álszentnek tartott ábrázolásmódját is, és így képesek tematizálni a mainstream média által elhallgatott, tabukét kezelt kérdéseket, gyakran olyan módon és stílusban, ami a mainstream nyilvánosságban nem volna elfogadható (Frank 2004).

A populáris médiakultúra jelenségeinek leírására gyakran alkalmazott, Bahtyin klasszikus munkájára (Bahtyin 1982) hivatkozó karneváli modell az itt tárgyalt jelenség megértésében is fontos szerepet játszhat. A humor, az irónia, a nevetés ugyanis valamiféle karneváli jelleget kölcsönöznek ezeknek a különös, profán átmeneti rítusoknak. A katasztrófahelyzet

váratlanságának, szinte felfoghatatlan abszurditásának, illetve a társadalmi autoritásokra irányuló kritikának mint valamiféle elhallgatott „igazságnak” a megfogalmazásával a viccek – ahogy Császi fogalmaz – „a karneváli bolond szerepét játsszák el” (Császi 2002: 168).

A karnevál a középkor embere számára a normalitás és a dolgok megszokott menetének felfüggesztését, a társadalom elfogadott rendjének fejtetőre állítását, a normák legális áthágásának kivételes időszakát és lehetőségét jelentette (Bahtyin 1982). Fő szervezőelve a benne résztvevők számára felszabadító, ezáltal terapeutikus hatású nevetés és gúny, melynek célpontja a mindennapok megszokott rendje, a fennálló társadalmi hierarchia. Ezt a rendet állítja fejtetőre a karnevál, felcserélve a státuszokat, szerepeket, és ezen a módon átmenetileg egyenlővé téve az embereket. A társadalmi határok eltörlése, az emberek egyesítése az átalakulás és újjászületés mozzanatát is tartalmazza. A karneváli tobzódás és féktelenség előtérbe helyezi az élet testi és anyagi vonatkozásait, gyakori motívuma az evés, ivás, ürítés körforgása. És nem utolsósorban: a karnevalisztikus népi kultúra bonyolult, többértelmű eleme a maszk, mondja Bahtyin, mely fontos eszköze az átváltozás, a szerepcsere megélésének, egyben a résztvevők korábbi önazonosságának megtagadását, megváltoztatását is kifejezi. A karnevál most felsorolt jellemzői fontos szemiotikai és ikonográfiai eszközei a Covid-19 mémeknek is, amint arra az elemzésben részletesen kitérek.

## Új média, új rítusok, új műfajok

A katasztrófák bemutatásában fontos szerepet játszó televíziós narratívák és rítusok az elektronikus tömegműediumok által létrehozott populáris nyilvánosság keretei között bontakoztak ki. A narratívákat befogadó nézők oly módon tudtak e rítusok résztvevőivé válni, hogy a befogadott képek által kiváltott hatást (frusztráció, tehetetlenség) saját orális rítussá, viccmeséléssé transzformálták. A viccek és más vernakuláris szövegek továbbadásának mediatizációja során előbb a legépelte szövegek fénymásolással történő sokszorosítása, majd faxon, később emailen történő továbbítása lett a viccmesélés új módja (Glózer 2015). A közösségi hálózatokon megosztással terjeszthetők az ilyen jellegű mediatartalmak, ezek terjedésére az elektronikus szóbeszéd (electronic word-of-mouth) és a viralitás (azaz virális terjedés) megnevezéseket is használja a médiakutatás. A médiatechnológiák változásával átalakulnak a katasztrófák közösségi diskurzusának körülményei, lehetőségei is. „Az internet mint új média egyszerre ad helyet mind a gyász patetikus hangjának, amikor a katasztrófahírekről a médiához hasonlóan tudósít, ugyanakkor a korábbi szóbeli kommunikáció feladatát is betölti, amikor a viccek humoros kommentárjainak is helyet biztosít”, állapítja meg Császi (2002: 170).

De nem csupán a médium, a mediális közeg változik, hanem ezzel együtt új műfajok lépnek színre. Az internet megjelenésével a viccek már nemcsak elmondott vagy leírt szöveggént, hanem képként, mozgóképként: fénykép, karikatúra, montázs, paródia- vagy zenei videó formájában is megjelenhetnek. A digitális, ezáltal moduláris szerkezetű, a felhasználók által könnyen szerkeszthető mediatartalmak elterjedése, illetve a hozzáférés egyszerűsödése a remixek és mashupok készítésének kedvez (Manovich 2007). A képszerkesztés a Photoshop és más népszerű

szoftverek által lehetővé tett formái pedig a fotóalapú közösségimédia-mémek széles körű elterjedését eredményezték (Shifman 2014, Bodoky 2006, Glózer 2016a).

Császi elemzései az ezredforduló televíziós világának rítusaira irányulnak, egy olyan médiumot vizsgálnak, mely egyszerre működik technológiai és kulturális médiumként, azaz egyszerre hordozza a médiatartalmakhoz való hozzáférés technológiai feltételeit és az elérhetővé tett médiatartalmak, médiaszövegek kulturális potenciálját. Egyszerre gyárt tartalmat és kínál szolgáltatást, melyen keresztül a tartalom eljut a közönséghez. Ebből adódóan e tartalmak fogyasztása, befogadása során a közönség körében kiváltott mindenféle reakcióért, hatásért elsősorban a médium felelős, amint arra a különféle médiahatás-elméletek reflektálnak is. A digitális hálózati média azonban másféle természetű, más logikára épül. Az utóbbi években előrehaladó platformizáció (van Dijck – Poell – de Waal 2018, Nieborg – Poell 2018) során különválnak a technológiai értelemben vett médium mint szolgáltató (mediaplatform) és az azon elérhetővé tett kulturális természetű médiatartalmak (kép, szöveg, zene, mozgókép stb.). A tartalmak egy számottevő részét nem nagy professzionális tartalomgyártók hozzák létre, hanem amatőr, félamatőr felhasználók. Ebben a közegben átértelmeződik és bizonyos szempontból háttérbe szorul a médiahatás fogalma, hiszen sokkal relevánsabbnak tűnik a *médiahasználat* vagy a termeléssel összefonódó *médiaforgasztás* felől történő megközelítés (Glózer 2016b).

A digitális hálózati médiában, különösen a közösségi oldalakon tehát sokszor a felhasználók által előállított tartalmak (a már említett remixek, mashupok, mémek, közösségi média posztok) közvetítik a média rítusait. Az átélés, a részvétel a felhasználói médiatartalmak közvetítette médiarítusokban kettős értelemben is jelen van: a tartalom előállítói részvételi gyakorlatok, a „részvételi kultúra” (Jenkins 2006) ágenseiként alkotnak olyan médiaszövegeket, melyek fogyasztása a média rítusaiban való részvételt tesz lehetővé mások számára. Ezek a sok esetben anonim, nem beazonosítható forrásból származó médiatartalmak egyben a digitális folklór sajátos darabjai is, rituális karakterük, szerepük ebben a vonatkozásban is figyelemre méltó (Blank 2009, Frank 2004, Kuipers 2002).

## A járvánnyal kapcsolatos mémek vizsgálata

A magyar felhasználók körében terjedő, a Covid-19 vírussal és a világjárvánnyal kapcsolatos mémek vizsgálatát a kvalitatív tartalomelemzés módszerével végeztem. A vizsgált minta a 2020. április és szeptember közötti időszakban gyűjtött, magyar Facebook- és Instagram-oldalakon, továbbá online magazinoknak a jelenséget bemutató cikkeiben, <sup>[6]</sup> televíziós magazinműsorban <sup>[7]</sup> közreadott mémeket tartalmaz, összesen pontosan 300 darabot. Az említett közösségimédia-felületeken saját felhasználói fiókomból és ismeretségi hálózatomból révén hozzám eljutott mémeket teljes körűen gyűjtöttem, ebben kérésemre segítségemre voltak a PTE kommunikáció- és médiatudomány (BA) szakos hallgatói, akik maguk is továbbítottak nekem ilyen mémeket. <sup>[8]</sup>

A mémek és más virális tartalmak összegyűjtése a közösségi oldalakon kissé nehézkes, a teljes

populáció lehatárolása és ennek alapján klasszikus értelemben vett reprezentatív mintavétel nem lehetséges, ám az összegyűjtött minta elemszáma és változatossága megfelelő alapot kínál releváns következtetések levonására. A kvalitatív tartalomelemzés során a mémekben megjelenő legfontosabb témák azonosítását, majd ezek klaszterezését végeztem el, továbbá megfigyeléseket tettem a műfaji sajátosságokra és a jellemző vizuális retorikai sémákra vonatkozóan.

Az összegyűjtött mémek nagyobb része magyar nyelvű, kisebb részük angol feliratot tartalmaz. Ez utóbbiak többnyire a világhálón globálisan terjedő mémek, de meglepő módon találtam egyértelműen magyar tematikájú (jellegzetes magyar élelmiszereket ábrázoló) angol nyelvű mémet is. Ez minden bizonnyal azzal magyarázható, hogy az angol egyre inkább a hálózati kultúra általánosan használt nyelvává válik, adott esetben a magyar felhasználók által magyar felhasználóknak gyártott tartalmak tekintetében is elfogadott a használata. Amint az a példából is kitűnik, az összegyűjtött minta egy része mémoldalakon elérhető ismert képi sémák felhasználásával készült (lásd Shifman 2014), de vannak kifejezetten a koronavírusjárványhoz kapcsolódó képek is, például az ebben az időszakban sugárzott televízióműsorok, videók képkockái, a járvánnyal kapcsolatban gyakran szereplő kommunikációs szakembereket vagy éppen alapvető magyar árucikkeket ábrázoló fotók.

Az összes vizsgált médiaszöveg közel ötöde nem a klasszikus értelemben vett vizuális mém, ezek műfajilag közelebb állnak a vicchez, és esetenként a kabaré vagy a stand up comedy műfaji jellemzőit idézik. Olyan rövid, humoros, valamilyen csattanóra vagy poénra kihegyezett, gyakran két részből álló (kérdézz-felelek jellegű) szövegek ezek, melyeket képfíle-ként megszerkesztve osztottak meg a közösségi hálózatokon. Nyelvezetük, stílusuk közel áll az élő beszédhez, az élőszóban történő viccmondás mint beszédaktus online transzformációiként értelmezhetők. [9]







A nyelvi humor másik jellemző formáját, a szóviccet is számos képen felismerhetjük, ezek többnyire a hasonló hangalakú, de eltérő jelentésű szavak felcserélésével, vagy többjelentésű szavak különböző jelentéseivel „játszanak” [10]. Az online, képként terjedő viccek megjelenése a Covid-19 járvánnyal összefüggésben azt jelzi, hogy bár a képi természetű mémek meghatározó műfaját jelentik a pandémiára mint globális veszélyhelyzetre adott folklorisztikus reakciónak, a szóbeliség sem tűnt el. A Walter Ong (Ong 2010) által megfogalmazott „másodlagos szóbeliség” [11] jelenségének példáiként értelmezhetőek ezek a szöveget képi formátumban közvetítő, de az élő beszéd bizonyos vonásait megőrző médiatartalmak. A hálózati média korában az ilyen típusú írott médiaszövegek az írásbeliség előtti orális diskurzus egyes jellemzőihez nyúlnak vissza, mint amilyen az élő beszédhelyzet megteremtése, a felidézést segítő szövegsémák alkalmazása vagy a figyelemért harcoló versengő jelleg. Az élőbeszédszerűség jelentőségét különösen nyomatékosá teszik az adott helyzetben a járvány terjedését követő lezárások, az ezzel együtt járó szeparáció, a valódi élő találkozások megritkulása. Fontos ugyanakkor hangsúlyozni, hogy a szöveges mémek tartalmukban, témáikat tekintve nem térnek el a kép és szöveg kombinációjára épülő vagy tisztán képi természetű járványmémektől.

A vizuális karakterű mémek tartalmi vizsgálata, a megjelenő témák számba vétele és klaszterezése kirajzolja az elemzett minta tematikus csomópontjait. A mémek egy-egy nagyobb halmaza különféle eseményekhez, nehézségekhez, körülményekhez kapcsolódva a (1) *tér* (elsősorban a szociális, társas tér) használatában bekövetkezett változásokat, továbbá a (2) az *idő* kizökkenését, ritmusának, normális rendjének megváltozását, (3) a *test* megjelenésében, működésében bekövetkezett változásokat, (4) a politikával és a politikusokkal mint *autoritásokkal* kapcsolatos kritikákat, valamint (5) a populáris médiakultúra *mitológiájának* egyes elemeire vonatkozó reflexiókat fogalmaz meg. És végül néhány tudományos-ismeretterjesztő profilú mém témája a járványnak a természeti és társadalmi környezetre gyakorolt hatása, ezek feltételezhetően a mémműfaj tudatos, ismeretterjesztő célú, intézményi alkalmazásának eredményeként keletkeztek, hasonlóan a Msughter (2020) által leírt esetekhez.

A tér használatának megváltozása a globális járvány egyik komoly társadalmi hatásokkal járó következménye. A vírus terjedésének lassítása érdekében ajánlott *társas távolságtartás* (social distancing) a mindennapi viselkedési rutin megváltoztatását igényli: a megszokott üdvözlési formák elhagyását, a fizikai kontaktus kerülését, a nagyobb fizikai távolság kialakítását a nyilvános terekben. A járvány első hullámának idején Magyarországon a központi kormányzati tájékoztatás egyik központi üzenete volt a fiatal és idős generációk közötti érintkezés mellőzésének szorgalmazása a veszélyeztetett korosztályok egészségének megóvása érdekében. Az új, a járvány következtében megfogalmazott és elvárt viselkedési szabályok a társas érintkezés hagyományos, kulturálisan beágyazott (lásd Hall 1996) normáit fenyegetik, a vizsgált mémek egy csoportja ezt veti fel humoros, ironikus formában.

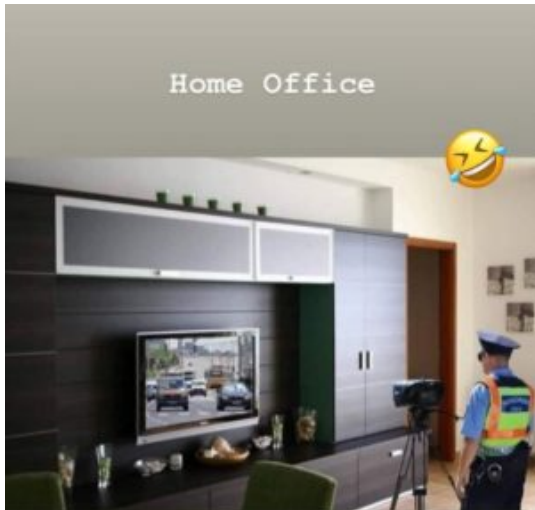




A távolságtartás bizonyos esetekben a társas rítusok működését is veszélyezteti, profanizálja azokat, erre reagálnak az alábbi mémek.



Sokak számára traumatikus, nehezen feldolgozható változást hozott az iskolák bezárásával, a munkahelyek elvesztésével vagy általában a lezárással összefüggő kényszerű *otthonmaradás*. Az otthon és a külvilág szerepének, viszonyának megváltozása a tér felosztásának megszokott rendjét borította fel. A munka hagyományosan külső helyszíne bekerült az otthon falai közé, az úgynevezett „home office” munkavégzés pedig olyan helyzetbe kényszerített sokakat, melyben az addig világosan elkülönülő minőségek összekeveredtek, az otthon és a külvilág szimbolikus és valóságos határai elmosódtak. Erre utalnak ezek a vicces és abszurd képek.



A kényszerű otthontartózkodás mint az eltávozás, elutazás ellentéte, hiánya, egyike a gyakori, sokféle összefüggésben felmerülő témáknak. A lezárás időszakában az otthon lesz az egész bejárható világ, mivel az otthon elhagyása szankciókat von maga után. Ezek a mémek a kényszerből otthon tartózkodók önnön nehéz helyzetük feletti ironizálására, önmaguk kinevetésének gesztusára építenek.



## PESTIEK, MIKÖZBEN NÉZIK, AHOGY A VIDÉKIEK A KOCSMA TERASZÁN FRÖCCSÖZNEK



Ahogy a közbeszédben, úgy az elemzett mémekben is megfigyelhető, hogy az otthonmaradás – megterhelő, nehezen viselhető – helyzetének megnevezésére gyakran alkalmazzák a karantén <sup>[12]</sup> kifejezést, még ha a szó szoros értelmében nincsenek is karanténban az érintettek.



A térhasználat másik drámai változása az érintettek számára a *távoktatásra, online oktatásra való* áttérés volt. Ez egyfelől a valós tér és az online terek keveredését, másfelől az otthon és az iskola szétválasztásának megszűntetését és ebből fakadóan számos furcsa, vicces vagy kínos helyzetet eredményezett. Az idevágó mémek egy része a változást illusztrálja, a szabályok alapvető megváltozását az előtte-utána helyzetek összehasonlítása, egymás mellé tétele révén érzékelteti. A mémek némelyike kifejezetten önironikus.



Gyakori ehhez kapcsolódóan a kommunikációs technológiákra, a használat nehézségeire és különösen a technikai bakikra való utalás is, ami gyakran szintén szándékolatlan normaszegést eredményez, ahogy az az alábbi példákban is látható.



**Amikor véletlen rossz skype szobába csatlakozol és újra általánosba találsz magad**



Az *idő* megszokott folyásának drámai megakadására, a megszokott ritmus megváltozására reflektáló mémek egyik csoportja a 2020-as esztendő különlegességét, szokatlanságát emeli ki. A korábban soha nem tapasztalt helyzetek, a mindennapokba betörő ismeretlen, kiszámíthatatlan veszély emeli ki az időből ezt az évet. A mémek által megjelenített fantáziákban az időutazás, a 2020-as esztendővel kapcsolatos tervek és várakozások be nem teljesülése, és az esztendőre történelmi távlatokból való rátekintés egyaránt megjelenik.





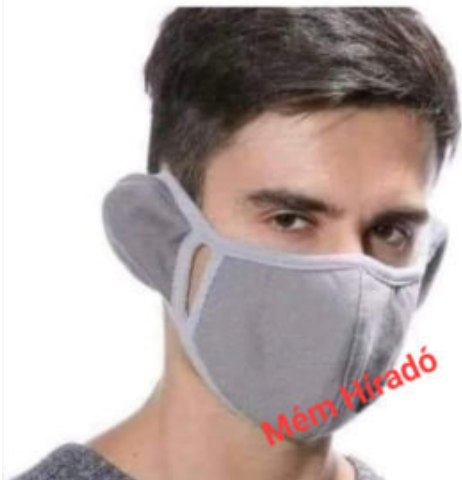
Az időtapasztalat és az idő mérésére vonatkozó igény az emberi civilizációk meghatározó összetevője, a járvány a közösségi létezésnek ezt a keretrendszerét is fenyegeti. Az otthonlét alatt az idő múlásának sebessége, a megszokott életritmus is megváltozik, a járvány kezdetével mintha új időszámítás kezdődne. Az idő szimbolikus rendje tehát drámaian megváltozik, és ehhez nem könnyű alkalmazkodni.



A *testek* külső jellemzőinek radikális megváltozása sokféle szembeötlő módon megmutatkozik azokon a mémeken, melyek a járvány testi vonatkozásaival, következményeivel foglalkoznak. A maszk és gumikesztyű mint védőeszközök viselése meghatározó szerepet játszik a járvány ábrázolásának ikonográfiájában, [13] érthető, ha a testek helyzetével foglalkozó mémeknek egy nagy halmaza is ezeket veszi célba. Az arcot részben elfedő védőmaszk egyszerre idézi a pestisdoktorok félelmet keltő madárcsőrös maszkját és a karneváli álarcot, amelyet felvéve más bőrbe bújhatunk a karneváli mulatozásban. A (helyes) maszkviselés mint új társadalmi norma, az arc elfedéséből adódó félreértések, a viselő fél identitásának fel nem ismerése, az egész helyzet bizarr és szokatlan volta a fő témái az ehhez kapcsolódó mémeknek.



Már most gondolj a télre! 😊 😊



Figyelj oda!



A kézmosás és kézfertőtlenítés, a tesztelés és a védőoltás szintén olyan mozzanatai a járványnak, melyek a testek feletti kontroll és a beavatkozás kérdését vetik fel, illetve részint rituális tevékenységek, részint szimbolikus értelmezésre adnak lehetőséget – ekként alkalmas témái a mémgyártásnak.

**ANNYIT MOSTAM A KEZEMET, HOGY ELŐKERÜLTEK A PUSKÁIM AZ ÁLTALÁNOSBÓL**





A testi vonatkozásokat tematizáló mémek egy további csoportja a fogyasztás mint testi funkció anomáliával foglalkozik. Az otthoni bezártsághoz könnyen társul mértéktelen evés-ivás, ami alkoholproblémákhoz és elhízáshoz vezet. A megnövekedett fogyasztás és a lezárás veszélye a tapasztaltak szerint pánikszerű vásárláshoz vezet, ahol pedig fokozódik a fogyasztás, ott az ürítés kérdése is nyomatékosan felmerül, így lett kedvelt mém-célpont az üzletek polcairól – sok más napi cikkel együtt – átmenetileg eltűnő WC-papír és olyan alapvető élelmiszerek, mint például a liszt. A járványhoz kapcsolódó kontrollvesztett, a testet deformáló fogyasztást megjelenítő mémek a szexuális viselkedés kérdését is gyakran érintik, így a testiség szinte valamennyi dimenziója előkerül.



SELECT PAYMENT TYPE:



ELSŐ RANDI A JÁRVÁNY VÉGE UTÁN



A politikai döntések, a politikai hatalmat a nyilvánosságban reprezentáló személyek, illetve közismert emberek, celebek a központi szereplői az *autoritást* bíráló járványmémeknek. <sup>[14]</sup> Elsődleges, gyakori célpont a kormányzati kommunikáció előterében álló operatív törzs és az országos tisztifőorvos személye.



**A FERTŐZÖTTEK  
MAI SZÁMA:**



**ÜLTESSEN ÖN IS OTTHONÁBAN  
OPERATÍV TÖRZSET**



**CSAK  
990 FT.-**

**AKCIÓ!**





Mindenki nyugodjon meg, mert az intézmények felkészültek az október 1-jétől bevezetésre kerülő testhőmérsékletre.  
[Cec, 37:8]

Más mémek hasonlóképpen ironikusan reflektálnak a kormányzati kommunikáció bizonyos konkrét elemeire (szlogenek, kijelentések, vitatott döntések), annak hitelességére (szavahihetőségére), illetve egyes konkrét, a járvánnyal összefüggő ügyekben hozott nehezen magyarázható, problematikus politikai, igazgatási döntésekre. Ezek a mémek a politika stratégiai



beszédmódját a hétköznapi ember, a „józan paraszti ész” felől bírálják, és a hatalmasok gyengeségét leleplező egyszerű ember folklórmotívumát idézik fel.



A *folklór* különféle modern mitológiák megidézésével (részint megalkotásával) is intenzíven jelen van a járvány tematikájú mémekben. Ezek a montázsok, képek részint a populáris média történeteiből ismert kultikus elbeszélésekre utalnak, részint a tömegműediumok, különösen a járvánnyal kapcsolatos tömegtájékoztatás ikonikussá vált szereplőire épülnek. A médiamitológiák körében elsősorban népszerű fantasy-történetek tűnnek fel, érzékeltetve a járványnak a reális várakozásokat meghaladó, már-már irracionális voltát. A másik domináns motívum ebben a témakörben a kormányzati hirdetésekben és más televíziós tartalmakban a járvány kapcsán leggyakrabban megszólaló Győrffy Pál, az országos Mentőszolgálat szóvivőjének személye. A hivatalos tájékoztatásban központi szerepet kapó szóvivő alakjának mitizálása, fikciós történetek szereplőivel való összekapcsolása, közös narratívákba helyezése joggal értelmezhető a politika és a média beszédmódját kifigurázva bíráló megnyilvánulásként.



Összességében elmondható, hogy a humor forrása és a mémek „nyersanyaga” többnyire a populáris médiához kapcsolódó képi tartalom: filmek, televíziós adások képkockái, népszerű mémsablonok, celebekről készült fotók. Ritkábban alkalmi karikatúrák, rajzok is előfordulnak, a különféle, itt tárgyalt témák és képi elemek pedig gyakran keverednek, kombinálódnak egymással a vizsgált mintán belül.

Az elemzés során tett megfigyeléseket összegezve kijelenthető, hogy a Covid-19 járványhoz kapcsolódóan a hálózati médiában a magyar nyelvű felhasználók körében terjedő mémek a járványra mint globális veszélyhelyzetre, fenyegető katasztrófára adnak valamiféle reakciót. A humor, a gúny és az irónia eszközeivel reflektálnak az egyéni és közösségi fenyegetettségre, a társadalmi együttélés kereteinek, bevett szabályainak radikális megváltozására, az ennek nyomában járó frusztrációra és szorongásra. Egyúttal hordozzák a populáris média rítusainak karneváli jellegzetességeit is a tekintélyek elleni támadás, a féktelen szórakozás lehetőségének felkínálása, a tabuk érintése és a megfordítás elvének sokféle módon történő érvényre juttatása által.

A mémek megértésének, a közös nevetésnek a feltétele a bennük szereplő utalások felismerése, amit a közös hétköznapi tapasztalati háttér, a hasonló médiaműveltség, közös társadalmi és kulturális kontextus képes biztosítani. Ezek mentén nyújtják a mémek a közösséghez tartozás élményét, hoznak létre a közös nevetést lehetővé tevő virtuális beszédhelyzeteket, és valósítják meg végső soron a közösség szimbolikus és morális integrációját egy olyan helyzetben, amelyben a meglévő tér- és időbeli struktúrákat, egyéni és társas, fizikai és szimbolikus önmegtapasztalásokat fenyegeti a járvány. Morális integráló szerepüket a rituális egyesítés élményén túl a közös normák és a normaszegés sokféle tematizálása révén képesek betölteni. Egyes mémtípusok bizonyos életkori, szubkulturális és egyéb társadalmi csoportok tagjainak a többségtől vagy más csoportokétól eltérő véleményére, helyzetére is reflektálnak, például az otthon oktatás (tanárok), otthon tanulás (szülők), távoktatás (egyetemisták) nehézségeire vagy a lezárás okozta bezártság terheinek eltérő viselésére (Budapest – vidék szembeállítás) vonatkozóan.

Mindezt nem a televízió világában megszokott, eltávolító hatású melodramatikus hangvételben, <sup>[15]</sup> hanem a nagyon is bevonó, részvételre ösztönző ironikus-humoros, karneváli stílusban. A képi alapú járványmémek olyasvalamit igyekeznek vizuálisan ábrázolni, ami nem látható, megfoghatatlan. Ebből adódóan sajátos ikonográfia (maszk, kesztyű, testábrázolás stb.) is jellemzi a mémeknek ezt a típusát. Azáltal, hogy az alapul vett képi anyag szinte mindig valamilyen korábbi narratívából kerül kiemelésre, az újonnan létrejövő tartalmak szervesen hozzákapcsolódnak ezekhez a már ismert narratívákhoz, ezáltal a folytonosságot, állandóságot, stabilitást igyekeznek megteremteni. Összetevőjük a legtöbb esetben valamilyen az eredeti kontextusból kiragadott médiatartalom (sajtófotó, filmkocka, képregény, rajzfilm-részlet), amihez kapcsolódik egy olyan szöveges tartalom, amely a keletkezett remixet új kontextusba helyezi. A mémek új jelentése, üzenete tehát az eredeti kontextusból történő kiemelés, azaz dekontextualizálás, majd új összefüggésbe helyezés, rekontextualizálás során jön létre, ekként a mém „transzkontextuális

rítusként” (vö. Császi 2002: 17) működik.

Turner (2002) szerint a rítusok szándékosan megszakítják, felforgatják a mindennapi élet természetes menetét, és a fennállóval szemben létrehozott „antistruktúra” révén valamilyen új elemmel gazdagítják azt. Császi a médiarítusokkal kapcsolatban arra mutat rá, hogy „a rítus kétféle összetevőből áll: egy láthatatlan morális szükségletből valamilyen fontos értéktartalmú kérdés megválaszolására és egy látható ceremoniális tevékenységből, amely küldő eszközként szolgál e cél elérésére” (Császi 2002: 15). A láthatatlan morális szükséglet jelen helyzetünkben nagyon is sürgető. Az új vírus megjelenését rengeteg bizonytalanság övezi: nem ismerjük veszélyességének valódi mértékét, működésmódját és hatásmechanizmusait, nem tudjuk pontosan felmérni a járvány társadalmi és gazdasági következményeit, nem tudható pontosan, melyek a helyes stratégiák a járvány kezelésére (iskolabezárás, home office, home schooling), az egyéni viselkedés alakítására (hordjunk maszkot vagy ne, jó megoldás-e a gazdaság teljes leállítása, nem túl nagy ár-e az egészségügyi rendszer takarékra állítása, hogyan tudjuk megvédeni a veszélyeztetett csoportokat), helyesek-e a hatóságok által kialakított stratégiák és döntések. Mindehhez járul az elszigeteltségből fakadó mentális nehézségek, az egzisztenciális félelmek kezelésének szükségessége. Ezek a bizonytalanságok és megválaszolatlan kérdések nagyon erős morális deficitet eredményeznek a követendő értékek, viselkedési normák, helyes döntések és cselekvési módok vonatkozásában. A mindennapi életbe mélyen beágyazódott digitális hálózati média színterein felbukkanó vernakuláris, azaz a felhasználókhhoz mint tartalom-előállítókhöz kötődő médiaszövegek erre reagálnak.

A felhasználói médiatartalmak előállítása (UCC) vagy megosztása (UGC), ezek megtekintése, értékelése és értelmezése olyan érzelmi és morális természetű reakciók, melyek a médiafelületek jóvoltából egyszerre válnak nyilvánossá és őriznek meg valamit személyes karakterükből, így egyszerű és vonzó lehetőséget kínálnak az egyén számára a fogyasztásukban való részvételre. A mémek mint médiarítusok ceremoniális összetevője a csattanón, poénon való közös (karnevalisztikus) nevetés, melynek kulisszáit és kontextusát a populáris média szolgáltatja (ehhez lásd még Glózer 2015, Szabados 2005).

## Jegyzetek

1. A mémek tudományos definíciója és köznyelvi használata között némi eltérés mutatkozik. A közbeszédben a kép és szöveg kombinációjából álló, humoros, virálisan terjedő tartalmakat szokás mémnek nevezni, míg a tudományos definíció (például Shifman 2014) szerint sok más egyéb kulturális egység, például zenei dallam, képi motívum, videó- vagy filmrészlet is mémként működhet. Jelen szövegben és az alapjául szolgáló kutatás során a szűkebb köznyelvi értelemben vett mémeket, azaz ismeretlen szerzők által készített, illetőleg szerkesztett és a közösségi hálózatokon virálisan terjedő vernakuláris képi tartalmakat vizsgálom.
2. E tanulmány írásakor érkezett a hír, hogy a Facebook 2020. szeptember 24-én – az álhírterjesztés és a megfélemlítő tartalmak elleni fellépés részeként – elérhetetlenné tett néhány olyan magyar vonatkozású, több százezeres követőtáborral rendelkező oldalt, illetve csoportot, melynek tulajdonosai (például Lenkei Gábor és Gődény György) a vírus és a járvány veszélyességét vitató, a bevezetett intézkedések (például

maszkviselés) hasznosságát megkérdőjelező, áltudományos okfejtéseket tettek közzé.

3. A tanulmány nigériai felhasználók körében elterjedt mémek mint kampányeszközök szerepét elemzi a koronavírus elleni küzdelemben, és arra a következtetésre jut, hogy ezek egy része az emberek figyelmét próbálja felhívni a járvány veszélyeire, másik csoportjuk a kormányzat segítségét kéri a helyzet kezeléséhez, egy harmadik típus pedig retorikai eszközökkel támadja az inkompetensnek ábrázolt kormányt. A példaként bemutatott – főként fotóalapú – mémeken megjelenik a maszkviselés, a társas távolságtartás témája csakúgy, mint a védekezésre fordított pénzüsszegek alacsony volta, a lezárások rendkívül súlyos gazdasági és társadalmi következményei és nigériai politikai vezetők korrupt, önérdéket követő viselkedése. A tanulmány kiemel egy olyan mémtípust is, mely a járványt a (képeken kaszásként ábrázolt) „gonosz” művének tartja, és leküzdéséhez isteni segítséget kér.
4. A rövid elemzés a járványra reagáló, elsősorban Észak-Amerikában elterjedt mémek vizsgálata alapján arra a következtetésre jut, hogy azok egy sajátos csoportja olyan generációs törésvonalakat tesz láthatóvá, melyek az úgynevezett X generáció, valamint az azt megelőző boomer, illetve az utána következő késői millenárius és Z generáció között húzódik, és a járvány kezelése – különösen az önkéntes izoláció – kapcsán tanúsított eltérő magatartásformákban mutatkozik meg, melynek okaként a három korcsoport eltérő generációs tapasztalatkészletét jelöli meg. A szerző értelmezése szerint a generációs feszültségeket jelző mémek a populáris kultúra és a politika bizonyos elemeit vegyítik, és a túlmunkára ösztönző neoliberális ideológia elleni tiltakozásként is értendők.
5. Ezt a címet viseli Császi Lajos 2002-ben megjelent *A média ritusai* című könyvének egyik fejezete, melyben a szerző a televíziós tudósításoknak a katasztrófák médiabeli megjelenítésében játszott szerepét vizsgálja. Tanulmányomban a rituális médiaelmélet hazai recepcióját elindító mű és szerzője gondolatmenetét igyekszem tovább szőni a közösségi médiában megjelenő katasztrófa-reprezentációk vonatkozásában a COVID19 témájú mémek kapcsán. A fejezetcím szó szerinti átvételével a szerző iránti tiszteletemet szeretném kifejezni.
6. Sáringer Viktória: Egy kis nevetés sosem árt! Koronavírus mémek a közösségimédia térben. 2020. április 2. URL: [https://kozossegi-media-mindenkinek.blog.hu/2020/04/02/s\\_v\\_koronavirus\\_memek\\_a\\_kozossegi\\_mediaban](https://kozossegi-media-mindenkinek.blog.hu/2020/04/02/s_v_koronavirus_memek_a_kozossegi_mediaban); N. N.: Nevesd ki a koronavírus. 2020. április 25. URL: <https://egy.hu/kult/5-perc-memterapia-nevesd-ki-a-koronavirus-107060>; N.N.: Ellepték a Putyinról és a csodavakcináról szóló vicces mémek a közösségi oldalakat. URL: <https://www.portfolio.hu/short/20200815/elleptek-a-putyinrol-es-csodavakcinajarol-szolo-vicces-memek-a-kozossegi-oldalakat-445038>; Tamás Ildikó: Luxustárgyak karantén idején. „Járványfolklor”, avagy a humor a közösségi hálón, 5. rész. URL: <https://btk.mta.hu/ismerettar/ismeretterjesztes/1436-luxustargyak-karanten-idejen-jarvanyfolklor-avagy-humor-a-kozossegi-halon-5-resz>; Káldy Márton: Covidós mémek. Idősekkel kapcsolatos mémek a járvány idején. 2020. május 13. URL: <https://www.mediapiac.com/trending-now/COVIDoS-memek-Idosekkel-kapcsolatos-memek-a-jarvany-idejen/114420/>; Fabók Ágnes: Koronavírus: így segítenek rajtunk a mémek. 2020. április 14. URL: [https://www.hazipatika.com/eletmod/hazikaranten/cikkek/koronavirus\\_igy\\_segitenek\\_rajtunk\\_a\\_memek/20200414145522](https://www.hazipatika.com/eletmod/hazikaranten/cikkek/koronavirus_igy_segitenek_rajtunk_a_memek/20200414145522), [utolsó letöltés: 2020. október 11.]
7. Járványhumor: Mindent letarolnak a koronavírus mémek! ATV. Heti Napló. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=di9zl4Fe2og> [utolsó letöltés: 2020. október 11.]
8. Segítségüket ezúton is köszönöm.
9. Grundlingh (2018) amellet hoz fel meggyőző érveket, hogy a közösségi médiában közzétett képi jellegű mémek általában véve is valóságos beszédaktusokként (speech acts) működnek, hiszen tartalmazzák a jelentésadás és az értelmezés, azaz a készítő és befogadó közötti kommunikáció mozzanatait, és megfelelnek a beszédaktusok valamely ismert típusának.

10. „Hogy hívják a köhögő papot? Tesztelendő atya.” „Vírus idejére fogadd meg egy villanyszerelő tanácsát: inkább szigetelve legyél, mint földelve.” „Mit gondolsz az első hullámról? A második hulládat sem láttam.” Egy Toyota-tulajdonosokból álló autós tematikájú Facebook-csoportban: „Rám nem veszélyes ez a Corolla-vírus.”
11. „Az elektronikus technológia ugyanakkor a telefon, a rádió, a televízió és a különböző hangrögzítési eszközök segítségével a »másodlagos szóbeliség« korát is elhozta számunkra. Ez az újfajta szóbeliség feltűnően hasonlít a régire a közvetlenség misztifikálásában, a közösségi szellem erősítésében, a jelen pillanat hangsúlyozásában, sőt a formulák használatában is (Ong 1971: 284-303.; 1977: 16-49., 305-341.). Ugyanakkor azonban alapjaiban véve szándékoltabb és tudatosabb szóbeliség ez: minden tekintetben az írás és a nyomtatás technológiáira épít, melyek segítségével nélkül lehetetlen volna megalkotni, kezelni és használni a másodlagos szóbeliség által igényelt eszközöket.” (Ong 2010: 119)
12. Eredeti jelentése vesztégzár, járványügyi elkülönítés, de a közbeszédben gyakran a lezárásból fakadó kényszerű vagy önkéntes otthonmaradás megnevezésére használják.
13. Hogy a maszk mennyire szimbóluma a járványnak, az abban is megmutatkozik, hogy a vírusszeptikus és járványtagadó mozgalmak egyik hangzatos követelése éppen a kötelező maszkviselés eltörlése.
14. Mind az észak-amerikai, mind a nigériai járványmémek esetében központi jelentőségűnek tűnik a politikai ideológiák (MacDonald 2020), illetve konkrét intézkedések (Msughter 2020) állampolgárok általi bírálataiban betöltött szerepük. Ugyanez rajzolódik ki a magyar Covid-mémek vonatkozásában is.
15. Császi szerint a televízióban megjelenő hírek melodramatikus tálalásának sajátos funkciója, hogy a nézőt potenciális érintettből a külső szemlélő, a „tanú” szerepébe helyezze át, az eltávolítás tehát sajátos retorikai eszköz (Császi 2002: 153).

## Irodalomjegyzék

- Bahtyin, Mihail (1982): *François Rabelais művészete, a középkor és a reneszánsz népi kultúrája*. Budapest, Gondolat.
- Blank, Trevor J (szerk.) (2009): *Folklore and the Internet: vernacular expression in a digital world*. Utah State University Press, Logan
- Bodoky Tamás (2006): Többet retusálunk, mint négy éve. *Médiakutató*, 7.2. 7–31.
- Császi Lajos (2002): *A média rítusai*. Budapest, MTA – ELTE Kommunikációelméleti Kutatócsoport.
- Frank, Russel (2004): When the Going Gets Tough, the Tough Go Photoshopping. September 11 and the Newslore of Vengeance and Victimization. *New Media & Society*, 6.5. 633–658.
- Glózer Rita (2015): Internetes paródiavideók és ifjúsági médiahasználat. *Replika*, 90–91. 1-2. 117–139.
- Glózer Rita (2016a): A mémelmélet helye az újmédia kutatásában. *Apertúra*, 2016. ősz. URL: <https://uj.apertura.hu/2016/osz/glozer-a-memelmélet-helye-az-ujmedia-kutatasaban/>
- Glózer Rita (2016b): Részvétel és kollaboráció az új médiában. *Replika*, 17.100. 131-150.
- Grundlingh, Lizette (2018): Memes as speech acts. *Social Semiotics*, 28. 2. 147-168.
- Hall, Edward Twitchell (1996): *Rejtett dimenziók*. Budapest, Háttér Kiadó.
- Jenkins, Henry (2006): *Convergence culture: where old and new media collide*. New York, New York University Press.
- Kuipers, Giselinde (2002): Media Culture and Internet Disaster Jokes: bin Laden and the Attack on the World Trade Center. *New Media & Society*, 5.4. 450–469.

- Msughter, Aonover Eric (2020): Internet Meme as a Campaign Tool to the Fight against Covid-19 in Nigeria. *Global Journal of Human-Social Science: A, Arts & Humanities – Psychology*, 20.6. 27-39.
- MacDonald, Shana (2020): What Do You (Really) Meme? Pandemic Memes as Social Political Repositories, *Leisure Sciences*, 2020. június 24. URL: <https://doi.org/10.1080/01490400.2020.1773995>
- Manovich, Lev (2007): Remixelhetőség. In *Hatalom a mobiltömegek kezében*. Szerk. Halácsy Péter - Vályi Gábor – Wellmann, Berry. Budapest, Typotex – MOKK. 79–90.
- Nieborg, David B. – Poell, Thomas (2018): The Platformization of cultural production: Theorizing the contingent cultural commodity. *New Media & Society*, 20.11. 4275–4292.
- Ong, Walter Jackson (2010): *Szóbeliség és írásbeliség: a szó technológizálása*. Budapest, Gondolat Kiadó.
- Shifman, Limor (2014): *Memes in digital culture*. Cambridge – London, The MIT Press.
- Turner, Victor (2002): *A rituális folyamat*. Budapest, Osiris Kiadó.
- Szabados Péter (2005): Karnevál a médiában. *Médiakutató*, 6.3. 37-49.
- Van Dijck, José – Poell, Thomas – De Waal, Martijn (2018): *The Platform Society. Public Values in a Connective World*. Oxford, University Press.
- Van Gennep, Arnold (2005): *Átmeneti rítusok*. Budapest, L'Harmattan.

<https://doi.org/10.31176/apertura.2020.16.1.5>

Apertura.hu

Image not found or type unknown