

„ELHAGYOM EZT A CSOPORTOT”

Veczán Zoltán

vetrino2@gmail.com

DOI: 10.20520/JEL-KEP.2022.2.69

Absztrakt

E tanulmány célja bemutatni a tömeges trollkodás, cyberbullying és az internetes mémek jellegzetes sajátos szubkultúra működését a gyakorlatban egy Facebook-csoporton belül végzett résztvevő megfigyelés alapján. A *GRDG 2 2 : Electric Boogaloo* csoport tagjai öt napon keresztül troll üzenetekkel szervezeten bombázták az OVB nevű pénzügyi közvetítő vállalat közösségimédia-felületeit, direkt üzenetekkel árasztották el a vállalat dolgozóit, mindezt pedig a csoporton belül szervezték és dokumentálták. Ezalatt a témában több mint 300 internetes mémalkotást is készítettek, amellyel e diskurzust is tematizálták. E tanulmány ezen alkotások elemzésén keresztül mutatja be a csoporthumor, az internetes mémközösségekre jellemző ún. *lulz* logikája, a szubkulturális műveltség és határrendészet működését a gyakorlatban, beleértve a befogadói reakciókat is, a mémalkotások egyedi vonásaira való tekintettel.

Kulcsszavak

mémek, szubkultúra, *lulz*, MLM, trollkodás, Facebook

“I’M GOING TO LEAVE THIS GROUP”

Zoltán Veczán

Abstract

The purpose of this study is to interpret the processes of the subculture featured by mass trolling, cyberbullying and the internet memes, throughout a case study carried out on a Facebook group. The members of the group, named *GRDG 2 2 : Electric Boogaloo*, spammed the OVB financial advice company through 5 days with troll messages, harassed its coworkers, and they used their Facebook group to organize and document it. Meanwhile they produced more than 300 internet memes about the same topic and posted them in the group, too, dominating the discourse of the group. This study analyses the ingroup-humor, the logic of *lulz* which is widespread amongst internet meme groups, the practices of subcultural knowledge and subcultural border patrol, via the examination of this sample, including the reactions of the recipients taking into consideration the special features of the meme products.

Keywords

memes, subculture, *lulz*, MLM, trolling, Facebook

„ELHAGYOM EZT A CSOPORTOT”

Veczán Zoltán

1. Bevezetés

2019 szeptemberének derekán online támadás érte az OVB Hungary pénzügyi tanácsadó vállalat internetes felületeit: weboldala Google-értékelését lepontozták, Facebook-oldalát egy kontextus nélkül érthetetlen üzenet repetitív posztolásával árasztották el („*elhagyom ezt a csoportot...*”), a vállalat munkatársait ugyanezzel a szöveggel direkt üzenetküldés formájában zaklatták. Az ügy mögött egy tízezer tagot számláló, elsősorban humoros tartalmak, főként internetes mémalkotások megosztására létrejött – *GRDG 2 2 : Electric Boogaloo* nevű – Facebook-csoport koordinált akciója állt. A támadás közvetlen kiváltó oka pedig az volt, hogy a csoport egyik tagja, aki egyébként a nevezett vállalat munkatársa, Váradi Marcell (a továbbiakban: V.M.) nehezményezte az OVB-n, illetve annak toborzási gyakorlatán való viccelődést a csoporton belül, ezért egy éles hangvételű üzenetben a vállalat védelmére kelt, s egyszerűsített közölte, hogy kilép a csoportból. Ennek hatására a csoportban a V.M.-mel, az OVB-vel, illetve a multi-level marketing (MLM) rendszerrel kapcsolatos, humorosnak szánt, kritikus tartalmak megosztása komoly méreteket öltött, amely a csoporton belüli kommunikáció mellett az említett támadásokban volt tetten érhető.

A destruktív internetes magatartásformának tekintett trollkodás, és annak mindenfajta alfajai évtizedek óta széles körben és számos diszciplína által kutatott téma, mind az egyéni mind a csoportba szerveződő elkövetők tekintetében. Mindemellett magyar relevanciájú esettanulmányokban, amelyek a troll közösség működését tárnák fel belülről, ritka kivételektől eltekintve, nem bővelkedünk; jelen cikkben feldolgozott eset pedig azon ritka, magyar relevanciájú internetes tömeges troll támadások egyike, amely, mintegy kiszabadulva szubkulturális közegekből, megugrotta a fősodratú média ingerküszöbét is: több újságcikk is (W1, W2) is született az eseményről. A történeteknek az OVB-ra gyakorolt üzleti hatása nem ismert, az általa okozott riadalom jelen sorok szerzője számára igen.¹ Ahogy az is, hogy az érintett szövegrészlet („*elhagyom ezt a csoportot...*”) azóta is a magyar memkultúra szerves része: egy évvel később (2020. 08. 12.) hasonló „támadásra” került sor, ezúttal a Tibi Atya nevű Facebook-os mémoldal osztotta meg a GRDG egy korábbi mémjét, szintén elérve a mainstream média ingerküszöbét (W10); a Facebookon pedig 2020 július 3-a óta létezik egy már 8 ezer főt számláló *Emberek MLM-es aurával* nevű, 2021. májusa óta pedig a szöveget idéző *Gilébegek eppől a dzsopordpól 2.0* nevű hasonló méretű csoport is.

Jelen esettanulmány részint felvázol néhány elméleti megfontolást, amelyeken belül értelmezésre tarthatnak igényt az OVB-vel szemben zajló támadáshoz hasonló, alulról szerveződő online troll támadások, másrészt részleteiben kíván választ adni arra, hogy a csoportnormák, a csoporthumor és a belső kommunikáció milyen kapcsolatban állhatnak egymással, illetve

¹ Újságírói megkeresésre tudomására jutott, hogy hosszadalmas mérlegelés után döntöttek a hallgatás mellett.

utóbbi mennyiben kapcsolódik össze a kifelé mutató kommunikációval. Ennek számszerűsíthető, kézzelfogható alapja az említett Facebook-csoportban zajló kommunikáció – nem résztvevő megfigyelés segítségével rögzített, majd elemzett – tartalma. Ennek elemzése során kiderült, hogy maga a V.M. által kiváltott támadáshullám V.M. inkriminált posztjától („*Elhagyom ezt a csoportot...*”) számítva mindössze öt napig tartott, a vizsgált minta zömét a V.M-en az OVB-n, illetve az MLM-módszereken való gúnyolódás tette ki, emellett jelen volt a vállalat elleni online troll támadás végrehajtásának szervezése, valamint az egyéni „akciók” bemutatása a közösség előtt az OVB Wikipedia-szócikkének átszerkesztésétől kezdve az OVB munkatársainak küldött direkt üzenetek képernyőfotóiig; s az is kiderült, hogy a csoport hogyan viszonyul az egyes narratívákhoz, amelyeket az üzenetek hordoztak.

Mindezzel jelen esettanulmány remélhetőleg hozzájárul a tömeges felhasználói trolltámadások motivációinak és mozgatórugóinak, illetve belső dinamikájának jobb megértéséhez, mintegy kiegészítve egy „elkövetői oldal” szemszögéből elvégzett vizsgálattal az eddig főként a kríziskommunikáció területén feldolgozott eseményeket.

2. Fogalmak

Az esettanulmány kapcsán hasznos lehet néhány ismertebb és kevésbé ismert fogalom definiálása, kontextusba helyezése, beleértve az internetes szlengből a tudományos diskurzus részeivé vált kifejezéseket. Szükséges továbbá bemutatni a magyar memközösségekre, valamint a vizsgált *GRDG 2 2 : Electric Boogaloo* csoportra jellemző sajátos kifejezéseket, amivel a tagok főként a csoporthumort, s ezzel a csoportidentitást erősítették (Apte 1985).

2.1. Az MLM, az OVB és a GRDG

A **multi level marketing (MLM)**-ről érdemes hosszabban is szót ejteni, hiszen számos eleme visszaköszön az esettanulmányban. Az MLM definíció szerint „termékek vagy szolgáltatások forgalmazásának olyan módja, ahol a forgalmazók saját kiskereskedelmi értékesítésükből, valamint közvetlen és közvetett toborzóik kiskereskedelmi értékesítéséből keresnek bevételt” (Vander Nat – Keep 2002: 140); a harmincas évek találmánya (Peter Clothier 1993), azaz adott termékek eladásából, illetve a struktúrában maguk alá beszervezett munkatársak eladásából származik a bevételük. Számos sztereotípiát létezik a szisztéma illetve az abban részt vevő MLM-ügynökök kapcsán. Gyakori vád sok vállalattal szemben, hogy termék valójában nem is létezik, s az egész nem más, mint piramisjáték (például: Hyman 2007), de gyakran kritika tárgyai az ügynökök, módszereik és személyiségük is, aminek okairól tudományos (például: Gulabdin et al. 2020) és kevésbé tudományos (például: Föld S. 2004) válaszok sora született. Ezek közül több az esettanulmány során is felbukkan: az értékesítési módszernek és az ügynök titulusának átkeresztelése kevésbé elkoptatott kifejezésekre: MLM helyett például „network marketing”, ügynök helyett „termékmenedzser” vagy akár „tanácsadó”. Az ügynökök kapcsán az inkompetencia, alátámasztva azzal, hogy saját eredeti szakmájukban sikertelen pályaelhagyók vagy tapasztalatlan egyetemisták; módszereik kapcsán a trükkös és rámenős, időnként átlátszó értékesítési és beszerzési stratégiák, a „nem kell semmit eladni, csak ajánlani” ígérete; vállalkozói státuszuk önkéntességének megkérdőjelezése.

Az **OVB** német háttérű pénzügyi tanácsadó vállalat, amely ugyancsak direkt értékesítő munkatársakat alkalmaz, 1993 óta van jelen Magyarországon, és – mint azt saját honlapjukról és az idézett V.M.-től is megtudhatjuk – piacvezető pozícióban van (W4); ahogy az is ismert, hogy az elmúlt években több alkalommal bírságotlák meg a vállalatot (W5, W6) úgynevezett nem teljeskörű tájékoztatásért, ügynökök összeférhetlenségéért, kérdéses jogosultságú értékesítésért, ami kihathatott a vállalat reputációjára. V. M. maga a vállalat kiemelt és relatíve ismert figurája is volt, médiaszerepléseket is vállalt (például: W7), ezekre később a vizsgált

korpuszon is találhatóak utalások. V.M. a *GRDG 2 2 : Electric Boogaloo* csoport viszonylag passzív tagja volt, a csoportban fellelhető első és egyetlen megnyilvánulása az említett poszt.

A **GRDG 2 2 : Electric Boogaloo**² nevű Facebook-csoport taglétszáma 10-11 ezer fő körül mozgott, tagjai elsősorban magyar Y és Z generációs fiatalok, a csoporton belül posztolt tartalmak pedig jelentős részben állókép-mémek; az oldal jelenlegi leírása szerint „kézműves mémészek céhe. Postok egyenesen a Szent Konklávétól. Liberté, Égalité, Géerdégé”. A csoportban posztok kihelyezése adminisztrátori jóváhagyással lehetséges, így a felület erősen szerkesztettnek tekinthető, ugyanakkor van ábra adminokat kritizáló posztokra is.

2.2. Mém, internetes mém

A **mém** Richard Dawkins evolúcióbiológus koncepciója, amelyet *Az önző gén* című könyvében (Dawkins 1976) mutatott be, a nyolcvanas években a kultúrakutatás, a kilencvenes években a kibernetika adaptálta, az ismertebb definíciók (Dennett 1996, Sperber 2004, Blackmore 1999) szintézise: a mém a legkisebb megjegyezhető kulturális, információs vagy imitációs egység.

Az **internetes mém fogalma** a kibernetika³ és a kultúrakutatás mém-konceptiójának a web 2.0 digitális hálózatain elért szintéziséből született meg (Davison 2009), a kulturális gén-megközelítést pedig felváltotta a kulturális epidemiológiai megközelítés. Azaz az említett mémek járványszerű, online terjedésének gondolata (fogalmakról és tipológiáról bővebben: Knobel – Lankshear 2007, Milner 2012, Shifman 2014). Az internetes hálózatokon a mémek tehát kulturális produktumokként jelennek meg, s terjedés közben nem csak másolódnak, hanem át is alakulnak, ahogy Knobel és Lankshear meglévő szövegek, képek keverését említik (2007: 208–209), amivel a korábbihoz hasonló, de attól mégis különböző alkotás hozható létre. Ez az új alkotás egyszerre új, de felismerhető szabályszerűséggel kapcsolódik az eggyel korábbihoz (Sperber 2004), közben gyakran kapcsolódva a populáris kultúra elemeihez is (Knobel és Lankshear 2007, Shifman 2012).

2.3. A destruktív online viselkedés

A **trollkodás** – avagy korábban flaming (Kayany 1998) – jellemzően sok résztvevős virtuális kommunikációs téren (fórumon, közösségi oldalon) folytatott destruktív viselkedésformát jelöl. Végrehajtója a **troll**, a szándékosan zavart, széthúzást keltő személy, provokátor (Veszelszki 2012), aki ezt általában önmaga szórakoztatására (Buckels et al. 2014) cselekszi. A troll kapcsán megjegyzendő, nem csak egy antiszociális kisebbségre jellemző, szituációtól függően bárki hajlamos lehet az ilyen viselkedésre (Cheng et al. 2017).

A **cyberbullying** elektronikus eszközök révén véghezvitt, ismétlődő, szándékos agresszív cselekmény, amelynek célja kárt, sérelmet, fájdalmat okozni másoknak (Tokunaga 2010), ami szintén jelentős összefüggést mutat a közösségioldal-használattal (Zsila – Demetrovics 2017).

A **flood** („elárasztás”) és a **raid** („rajtaütés”) némiképp hasonlít az úgynevezett túlterheléses támadásokhoz („DDoS flooding” – bővebben például: Yaar et al. 2004), amelyeket például az *Anonymous* nevű laza hackerközösség szokott végrehajtani: a közösség tagjai egy előre meghatározott, adott pillanatban egyszerre generálnak forgalmat a kiszemelt webes felületen, amely a túlterhelés miatt összeomlik és elérhetetlenné válik (W8). Itt azonban nem a

² A csoport neve az elmúlt időszakban többször is megváltozott (GRDG 2 2, GRDG Nation, stb.) – bizonyos leágazásai is születtek, például a GRDG Nation által felügyelt Használt Bionicle Adok-Veszek, ahol többek között Fekete-Győr András online fogadóórájának raidjét is koordinálták.

³ Például a lánclevelek kapcsán (Dennett 1990: 131).

kiszolgáló rendszer elérhetlenné tétele, hanem az elérhető információk összezavarása és a diskurzus ellehetetlenítése és/vagy a résztvevők zaklatása a cél. Ez a tömeges szervezett trollkodás leggyakrabban tartalmilag üres, témán kívüli vagy vulgáris kommentek (shitpostok) láncolatából áll (Hodge és Hallgrimsdottir, 2020: 579–580).

A **szubkulturális tőke** léte vagy nem léte egy tagnál a csoporton belüli státuszárát befolyásolja. A mémközösségekben a felhasználóktól elvárják, hogy ismerjék a csoportban használatos mémek rögzítetlen „kulturális lexikonját”, sőt, kövessék annak változásait (Phillips 2012). A tagok a kanonizált mémek felismerésével és értő replikálásával mutathatják, hogy ténylegesen tagjai a csoportnak, ismeretük és helyes használatuk a szubkulturális tőke bizonyos formáit jelenti, amelynek kamatoztatása a csoporton belüli kiemelkedésnek is az eszköze (Nissenbaum et al 2015: 484). A tagokkal szemben elvárás ismétlődő, de egyedi hozzájárulásokkal is bíró tartalmak megosztása, amelyek közben építik, megerősítik és formálják a csoportnormákat és konvenciókat (ibid. 420), valamint az említett kulturális lexikont⁴.

Szubkulturális határrendészetnek nevezte Milner (2016: 36, 95), amikor az említett lexikont és a csoportnormákat nem ismerőket kirekeszti (ezzel saját belső kohézióját is erősíti) a csoport.

A **lulz logikája** egy hallgatolagos elváráscsomag a csoporttagok felé arra vonatkozólag, hogy mindent vicce vesznek, azaz tilos más nézőpontot – humor nélkül – kommunikálni, megsértődni, a kigúnyolttal együttérezni, megvédeni. Ez egyrészt lehetővé teszi, hogy a résztvevő anélkül trollkodhasson, hogy hivatásos trollá válna (Burroughs 2013: 270–272), másrészt a szembezállást a lulz logikájával a humorérzék hiányának vagy lágy érzelgőségnek bélyegez a közeg (Milner 2016: 136, Drakett et al. 2018: 32–36), ami után azonnali és kegyetlen kiközösítés következik (Burroughs 2013: 270–272) – vagyis leszedi a szubkulturális határrendészet. Jenkinsék szerint a kritikusság, amellyel egy közösség a saját tevékenységeit formáló motívumokat szemléli és saját határait védi, az ellentétes véleményen lévők agresszív üldözéséig is elmehet (Jenkins et al 2009: 75) – itt kapcsolódik V.M. esetében a csoporthumor és a csoportidentitás megsértése miatt a csoporthatárokon túlnyúló *raid*hez.

2.4. Közegspecifikus kifejezések a magyar mémközösségekben

oc: original content, azaz a posztoló által készített, saját tartalom);

lopott/közbeszerzett tartalom (és ennek variációi): nem a posztoló által készített, hanem máshonnan átemelt tartalom;

low effort (időnként fonetikusán: lóeffort) tartalom: kevés energiaráfordítással készített tartalom (egyfajta előre elnézést kérés a minőségért);

ooc: out of character nem a szerepjátékban felvett karakter nevében kommunikált megjegyzés;

ic: in character a szerepjátékban felvett karakter nevében kommunikált megjegyzés);

kringya: az angol *cringe* (kínos, „gáz”) torzmagyar, hunglish (Veszelszki 2015) verziója.

⁴ Ráadásul egy mémet ugyanis az eredeti csoport szerint „megmérgez”, amikor egy tőle eltérő csoport kezdi használni, ahogy Kate Miltner vonatkozó tanulmányában (2016) a mémcsoport-normákra nagy befolyással bíró memeegeek, a LOLCat mémek kompetens és eredeti felhasználói (általában fiatal, a szubkulturában otthonosan mozgó férfiak) nehezményezték, hogy a Cheezfrienz-csoport tagjai (általában idősebb, macskarajongó nők), akiket ők csoporton kívülieknek tartottak, ugyanazt a mémformátumot kezdték el használni, mint ők, így azok „átitatódtak a »szentimentalizmus mindent átható bűzével«, melyet „az öregedő középnegyati nőkkel” hoztak összefüggésbe, így a Miltner által megjelölt memeegeek felhagytak a LOLCat mémformátum használatával.

2.5. Csoportspecifikus kifejezések (W9) a GRDG 2 2 : Electric Boogaloo csoportban

Szent Konklávé: a GRDG 2 2 : Electric Boogaloo csoport adminjai, moderátorai;

GRDG nation, Nemzet: a GRDG 2 2 : Electric Boogaloo csoport tagjai;

mimi, memék, éné: az angol *meme* (mém) szándékoltan helytelenül írt és/vagy ragozott alakja, illetve szándékolt félrefordítása.

3. A V.M. eset bemutatása

3.1. Az eset jelentősége

„Elhagyom ezt a csoportot, mert sértő az elmúlt több mint 10 éves OVB-s tapasztalatom és múltammal szemben (a válaszlehetőséget a sok agyalágyultnak még meghagyom, vállalom teljes mellszélességgel)...” – a látszólag értelmetlen szöveg változatos formákban bukkant fel az OVB Wikipedia-oldalától kezdve irreleváns weboldalakon keresztül a magánüzenetekig.

Az üzenet eredetije a már említett V.M. sértődött hangvételű posztja (1. ábra), amivel arra reagált, hogy a GRDG 2 2 : Electric Boogaloo zárt, körülbelül 10 ezer taggal rendelkező Facebook-csoportban szeptember 14-én posztolt mémmel (2. ábra) egyfajta OVB-tematikájú sorozat indult, amelyben az említett cég sokszor vitatott toborzási gyakorlatát kritizálták.

V. M. kilépése azonban csak olaj volt a tűzre: az ügy kapcsán memék százai születtek csak az említett csoportban, amelyek az érintett ügynök szövegén, az OVB munkatársainak toborzási és ügyfélszerzési módszerein, illetve az MLM-felépítésű rendszereken élcelődtek; a tagok büszkén prezentálták különféle MLM-ügynökökkel folytatott párbeszédeiket, illetve az említett kulcsszöveg legirrelevánsabb helyekre vagy módokon *shitpost*ként való elhelyezését; emellett ezen a csoporton belül szervezték meg a koordinált *raid*eket az OVB-hez kapcsolódó vagy annak reputációjára potenciálisan hatással bíró felületek ellen; utóbbival szemben a vállalat különféle módokon próbált védekezni, több-kevesebb sikerrel. A mainstream média és egyes influenszerek felébredő figyelme a végét is jelentette a „mém-aranykornak”, de a V.M. mém időről időre azóta is felbukkan.

Az ügy tehát érdekes metszéspontja az online közösségeken belül működő *szubkulturális tőke* és a *szubkulturális határvadászok* működésének, a *troll*kultúra humorral fűszerezett megnyilvánulásainak, a *cyberbullying*nak, és nem utolsósorban a memékultúra jelenségeinek. Jelen kutatás célja e sajátosságok feltárása, elsősorban a GRDG 2 2 : Electric Boogaloo csoport keretein belül termelt 321 darab mémalkotás, továbbá az említett *raid*et (azaz online felületek tömeges, destruktív elárasztása) kísérő kommunikáció vizsgálata segítségével.

3.2. A konfliktus kronológiája

Az eset négy lényeges szakaszra osztható: az első az adminok felhívásától (09.14.12:51) körülbelül 24 óráig, V.M. posztjáig tart (09.15.12:33), amikor V.M. megsérti az említett lutzcsoportnormákat sértődött kivonulásával. Ezt követi a második, a kiközösítés és az OVB-ellenes tartalmak posztolása a csoport részéről az adminok lezárást jelző posztjáig (09.17.17:10) („ezennel hivatalosan is halott mémnek nyilvánítjuk az MLM-posting korszakot”), s végül időben harmadikként a lecsengés (innentől kezdve az első OVB-mém-mentes napig, azaz 09.21-ig); ezzel párhuzamosan pedig, noha nehezen behatárolható intervallumok között, zajlott a csoporton kívüli felületeken a *raid*, azaz lényegében egy „büntetőhadjárat” az OVB ellen (ha az első felhívó posztot tekintjük kiindulópontnak, az 09.15.13:43 lenne, szintén V.M. posztja után).

A memék időbeli megoszlása is érdekes; az első majdnem pontosan 24 órában, V.M. posztjáig mindössze 11 mémalkotást posztoltak a csoportban a felhívást követően (és azzal együtt), amelyek összesen 4201 reakciót kaptak; a második 24 óránál ezek a számok felszöktek a csúcs-

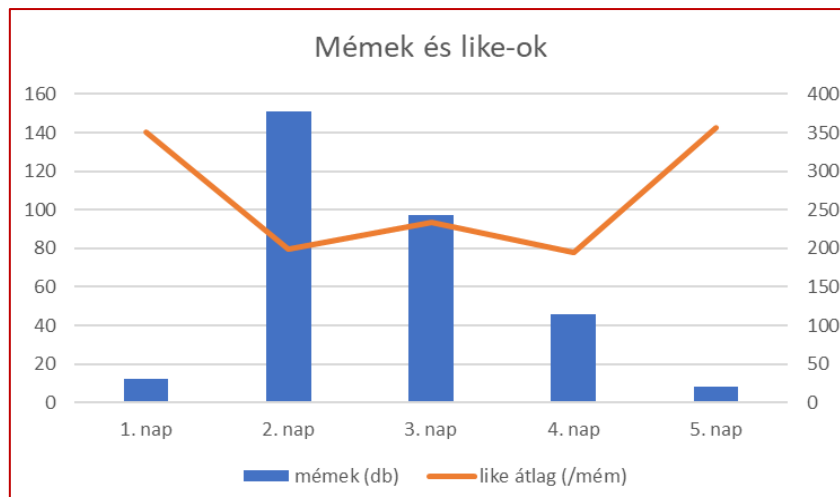
1. ábra



2. ábra



3. ábra



ra, 151 db mémig és 29977 reakcióig, a harmadik 97 mémet és 22711 reakciót hozott, a negyedikén már csak 46 mém és 8962 reakció „termett”, a rákövetkező nyolcat, 2854 reakcióval, a továbbiakban pedig napi egy mémmel elhalt a dolog – az egy példányra eső kedvelések száma éppen ellentétes tendenciát mutat, amiben benne lehet a vége felé szűkülő „kínálat” is – mint ez látható a 3. ábrán is.

A határok meghúzása, egyéb lehetőség híján, minden esetben szükségszerűen önkényes: a mémek „kiengedését” az adminok végezték, így csak megközelítőleg ismerhetjük azok elkészültének idejét, a nem moderált tartalmaknál viszont igen gyors mémesedés figyelhető meg, például V.M. posztjának szövege annak megszületése után 10 (!) perccel (12:33) már egy másik felhasználó által bemásolt kommentként bukkant fel egy másik poszt alatt.

V.M. posztja után, s mint bebizonyosodott, annak következtében is, gyors és látványos volt a mémesedés; a mémek bőven több mint fele (a posztjától számított időszakra jutó 305 mém 60,7%-a), 185 db kötődött közvetlenül hozzá: megjelent vizuálisan, szövegesen vagy egyértelmű utalásként (például a posztjából való idézet révén); ennek aránya az ötödik napra csökkent (50%).

Ezzel párhuzamosan zajlott, némileg marginálisabban, a V.M.-poszt irreleváns helyeken való megjelenítése; mémgenerátorként használták például a NASA Mars 2020 programja kapcsán létrehozott jegygenerátort (ide is a V.M. poszt szövege került be töredékesen); Orbán Viktor egy Facebook-posztja alá, egy papír-írószer bolt tollak kipróbálására szánt papírára és egy étterem napi akciók megjelenítésére szánt palatáblájára.

Amennyiben nem öltöttek mémformátumot, külön kezeltem az említett 317 elemes mintától az aktív „büntetőhadjárat” kapcsán született posztokat. Ennek főbb része volt az OVB több felülete ellen, egyéni felhasználók által szervezett *raid*; a felhívást és az eredményeket rendszeresen (26 alkalommal) posztolták, a tartalom pedig kivétel nélkül a V.M. poszt szövegének bemásolását jelentette. A posztok között volt két képernyőfotó a meghekkelt Wikipedia-oldalról (majd panaszkodás arra, hogy ennek lehetőségét letiltották), kommentek a Facebook-oldalukról (majd panasz, hogy törlik a kommenteket), ugyanez zajlott a Google-értékelések kapcsán (a netagív review-kat törölték), illetve néhány Youtube-video alatt is volt, aki becommentelte, hogy „Elhagyom ezt a csoportot...”.

Mellékhadszíntér volt a közvetlen üzenetküldés (8 poszt), ami definíció szerint tekinthető cyberbullyingnak: emailen az OVB magyar és az OVB bécsi irodájának, de magának V.M.-nek is írtak közvetlen Messenger-üzenetet, jellemzően szintén a saját posztja szövegét küldve el. Erre V.M. egyszer válaszolt is, értetlenségének adva hangot, egyúttal jelezve, hogy szerinte visszaélés történt a zárt csoportban posztolt szövegével ilyen formában. A kommentszekcióban minden ilyen reakcióról készült képernyőfotót zajos tetszésnyilvánítás fogadott. Létrehoztak egy trolleseményt „Közös Kávézás az OVB-Ismikkel” címmel, amire egy poszt (4. ábra) tanúsága szerint 1400-an jeleztek vissza; a csoport egy tagja készített egy olyan bővítést Chrome böngészőre, amelyet telepítve a felhasználó, ha saját gépén nyitotta meg az OVB hivatalos honlapját, ott a főoldal szövege helyett is V.M. említett posztját olvasta.

Élénk figyelemmel kísérték emellett tevékenységük médiareprezentációját is (5. és 6. ábra), az adminok több alkalommal a csoportleírást is ennek megfelelően frissítették (7. ábra).

Végül a lecsengés is viszonylag gyorsan bekövetkezett: az első kísérlet az adminok részéről 09.16-án (13:18) volt (ekkor az adott poszt kommentszekciójába kérték az új mémeket, *raid*-képernyőképeket), 17-én (17:10) történt meg a halottnak nyilvánítás, szintén általuk (egyszer pedig V.M. személyiségi jogai védelmében írtak egy posztot). A csoporttagok egy része emellett mémek (20 db) útján folyamatosan jelezte nemtetszését, és hogy unja már az OVB-mémeket (8. ábra), de legalábbis ambivalensen viszonyul hozzájuk; és olyan is volt, aki szerint az OVB-t „legyőzték” (9. ábra), ezek után nincs értelme folytatni a témában a mémkészítést.

4. ábra

Grdg Nation megosztott egy eseményt.
 Adminisztrátor · Szeptember 20., 17:58

Ugye nem felejtettük el, hogy holnap van egy ilyen event is.

Lehet, én nem vagyok olyan erőszetűs (és itt köztetek rennyi van így ennek meg a közeledést), mint mások, de hittem a cégben a működésében és a vezetőkben, hogy jó degy, ami a lényeg, hogy azóta már 10 év eltelt és még mindig ennél az - amúgy 5 éve piacvezető - cégnél dolgozom. Büszke vagyok rá, sőt nap, mint nap tapasztalom a hálás ügyfeleimtől a rengeteg köszönetet, jah és nemhogy én nem hívok ügyfeleket már 2 éve, de heti szinten keresnek idegen emberek az ügyfeleimre hivatkozva.



SZO, SZEPT. 21.
Közös Kávézás Az OVB-s Ismikkel
 Starbucks Magyarország (Budapest Westend) · Budapest

Megosztva itt: Grdg 2 2: Electric Boogaloo

27
 6 hozzászólás

5. ábra

Grdg Nation megosztott egy hivatkozást.
 Adminisztrátor · Szeptember 16., 10:10 · HoF és további 2 ember

Aki azt hinné nem mi írjuk a történelmet.



PORTFOLIO.HU
Internetes trollserg támadta meg a magyar OVB-t ✓
 Portfolio Cikk mentése Megosztás Internetes trollok, edgelordok és egyéb...

1,2 E
 109 hozzászólás

6. ábra



7. ábra



8. ábra



9. ábra



Mindemellett pedig jelentkezett a Miltner (2016) által leírt jelenség, azaz egy mém csoporton belüli státuszvesztése azáltal, hogy más csoportok is használni kezdik. A GRDG csoportban az egyediséget és a minőséget láthatóan kiemelt értéként kezelték: erre utalt, ahogyan sűrűn megcímkézték a „low effort”-bocsánatkérést (21), az oc (33) és a „lopott” (3) tartalmakat, és erre utalt a mémformátumok sokszínűsége is. Éppen ezért fogadták kimondott rosszállással, amikor az igazságottothmatenak mémoldal (09.16. 18:50), illetve Tóth Máté influencer (09.20. 21:09) is posztolt a témában (mindkét esetben máshonnan átemelt tartalmak rendszeres felhasználásának vádját emlegették), az előbbi felület ráadásul V.M. arcképét használta fel.

Az ügyszövhöz hozzátartozik még, hogy a csoport adminjai szerettek volna egy közhasznú eseményt, közös szemétszedést szervezni 10.05-re, amely láthatóan érdektelenségbe fulladt, s amit ők és egyes tagok is nehezményeztek a csoport és a média részéről.

4. Kutatási kérdések

A V.M.-ügyet feldolgozó esettanulmány empirikus része alapvetően a Facebook-csoporton belüli kommunikációra összpontosít, ezen belül a tartalomelőállítói és a befogadói oldal reakciójára fókuszálva, feltérképezendő a támadás végrehajtó közösség belső diskurzusának formálódását.

- Q1: Melyek voltak a legjellemzőbb sajátosságai – műfaj, humortípus, tartalmi elemek, jelentéstartalom – a V.M. posztjának köszönhetően tömegesen megjelent mémeknek?
- Q2: Mi volt a közönség válasza mindezekre a sajátosságokra – online reakciókban kifejezve?

5. Mintavétel és módszertan

5.1. A mintavétel

A mintavétel helyszíne az említett Facebook-csoport volt, ahol passzív, nem résztvevő megfigyelőként voltam jelen, azaz a folyó diskurzusban nem vettem részt, csak rögzítettem a látottakat (Arnould – Wallendorf 1994). A mintavétel kezdőpontját az adminok felhívása, végpontját az első OVB-mém nélküli nap (09.21.) jelölte ki.

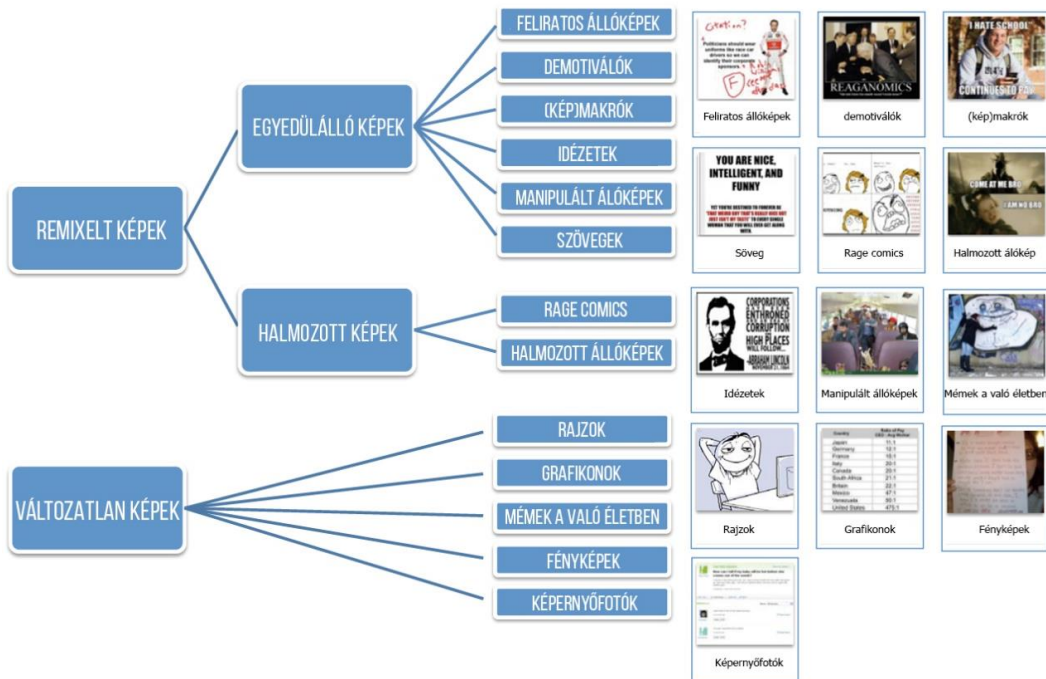
A minta része volt 317 mémalkotás, beleértve az önállóan posztolt, illetve az egyes posztok alatt, kommentekbe beillesztett alkotásokat a nevezett időszakban. A szöveges posztok és kommentek műfajidegenségét és számosságát figyelembe véve a mintavétel az említett mémalkotásokra korlátozódott, ugyanakkor ez alól kivételt képezett maga az eredeti V.M.-poszt, az adminok szöveges posztjai, illetve a *raid* szervezéséhez kapcsolódó tartalmak.

5.2. A vizsgálat módszertana

Az elemzés kvantitatív és kvalitatív elemeket egyaránt tartalmazott: a mémpéldányok kvalitatív szempontú, kézzel végzett kódolása alapján utóbb kvantitatív, statisztikai módszerek is alkalmazásra kerültek. A kódolás szakasz deduktív és induktív elemeket is tartalmazott, azaz részint adott kategóriák, részint a tartalom ismeretének birtokában kialakított kategóriák alkották.

Eleve adottnak és alkalmazhatónak volt tekinthető például Ryan Milner (2012) széles körben alkalmazott műfaj-tipológiája – ő 13 különböző mém-műfajt különböztetett meg (10. ábra).

10. ábra
 Ryan Milner (2012) műfajtipológiája



Ugyancsak deduktív elemzési alap volt a humor típusa Limor Shifman (2014) felosztását alkalmazva, aki háromféle humortípusról írt az internetes mémek kapcsán: a közös viccelődésre felhívó játékos humorról, az össze nem illő dolgok egymás mellé illesztésével létrejövő inkongruensről (később: 16. és 17. ábrák) és a másokon való nevetésen alapuló felsőbbrendűről (11. ábra) – hozzátette, szerinte utóbbi játszhatja a kulcsszerepet a mémfogyasztók körében, noha az inkongruitás szerepe is erőteljes lehet (Shifman 2014: 79). Emellé a speciális helyzetre (az „Elhagyom ezt a csoportot...” kezdetű szöveg ismétlődő megjelenítésére) való tekintettel beemelttem a repetitív humor típusát is, amelynek lényege ismétlés útján humorossá tenni valamit, ami az eredeti közlő szándéka szerint nem humoros tartalomnak volt szánva (Tannen 1990: 63) – így ezek értelemszerűen nem diszkrét kategóriaként került elemzésre.

11. ábra



Emellett elemzésre kerültek a jellemző vizuális és textuális elemek megjelenésük szerint: ehhez Asaf Nissenbaum és munkatársai, köztük Shifman (2015) egy nagymintás kutatás követően felvázolt öt elemzési kategóriáját vettem alapul, illetve egészítettem ki – így ez tekinthető akár félig induktív, félig deduktív megoldásnak.

A 12. ábra példáján nyomon követhető az adaptált (Nissenbaum et al. 2015) elemzési kategóriák testreszabása.

12. ábra⁵



A testreszabás egyik szempontja az volt, hogy kodifikált-e az adott mém, azaz szerepelt-e a memegenerator.net vagy knowyourmeme.com gyűjtőoldalakon, hiszen ebben az esetben jóval egyszerűbb az elemző helyzete. Mindenesetre az alábbi kategóriák szerint került sor a kézi kódolásra:

- ◆ object (tárgy, mint például puska, fal, stb. Esetünkben ez akkor került elemzésre, ha a tárgynak valamely külön jelentősége volt azon túl, hogy egy olyan mém tartalmazza, amely kodifikáltnak tekinthető;
- ◆ action (cselekmény, Tom véletlenül saját fejbe lövésére készül – a 12. ábra esetében ez ugyancsak egy kodifikált mém része);
- ◆ generic character (általános karakter, mint például „macska” vagy „gyerek” – ugyancsak indifferens, ha kodifikált mémről van szó);
- ◆ specific character (specifikus karakter, mint egy bizonyos karakter, pl. Tom, a macska a Tom&Jerry című rajzfilmből – ezt kiegészítettem a kodifikált mém fogalmával, így esetünkben a Tom Shoots Himself nevű mém jelenléte volt a mérvadó;
- ◆ phrase (mondás, azaz a mémén szereplő szöveg).

A testreszabás egy másik fontos eleme volt a pragmatikai dimenzió beemelése. Ebben a kategóriában a kommunikált üzenet dekódolása zajlott (például esetünkben: „V.M. azzal, hogy drámai módon elhagyta a csoportot, csak rontott a helyzetén”).

⁵ A csoport zárt jellege miatt az egyes példányok hivatkozása nehézkes, így egyedi azonosító számot kaptak a dátumból és abból a sorszámból, amely elárulja, aznap hányadikként kerültek képernyőkép formájában lementésre.

Végül pedig felmértem a közösség visszaigazolását az egyes tartalmi elemekhez kapcsolódóan. Mivel több ezer hozzászólás kiértékelése meghaladta volna jelen dolgozat kereteit, így a befogadói reakciók egyetlen mérőszáma a reakciók (like-ok⁶) száma lett, amelyen mérhetővé vált nem csak az egyes mémalkotások népszerűsége, de bizonyos elemek kedveltsége is (banális példa: átlagosan több kedvelést kaptak azok a példányok, ahol V.M. arcképe is szerepelt). Az átlagos reakciószám egy mémnél 220 volt, azaz ennyi felhasználó kedvelt átlagosan egy alkotást. Ezt tekintetem 1-nek; ehhez képest vált mérhetővé, mely elemeket díjazták az átlagnál jobban a csoporttagok és melyeket kevésbé (értelemszerűen 1 alatti számmal kevésbé, 1 feletti számmal az átlagnál több reakciót kapott).

6. A kutatás eredményei

6.1. A mémek jellemzői (Q1)

A mémek középpontjában egyértelműen V.M. személye állt, de az OVB és az egész MLM-világ reputációja sem volt pozitív. V.M. 185 alkalommal bukkant fel, de az OVB neve – hozzáadva a változtatással írt verziókat, mint „OVB cintányér” – 186 alkalommal fordul elő.

A pragmatikus szintet tekintve a „V.M. tiltakozása nevetséges” 102, „ironikus pozitív üzenet V.M. felé” 19, a „V.M. veszélyes” pedig 15 alkalommal jelent meg, illetve 9 alkalommal előkerült az is, hogy V.M. magával szúrt ki a sértődésével. Az „OVB ügyfélszerzési gyakorlata problémás” üzenet 88 alkalommal jelent meg a mémpéldányokon, de a „piramisjáték/átverés az egész” és a „komolytalan az egész” is viszonylag sűrűn fordult elő (37 és 30), de sok példányon (25) feltűnik az üzenet, hogy „a GRDG legyőzi az OVB-t”. Az OVB egyébként egészen szélsőséges hasonlatok (OVB=rák, OVB=ürülék OVB=járvány) áldozatává is vált.

Ami a phrase-eket illeti, V.M. szövege változatlanul vagy utalásként 110 alkalommal fordult elő. Nem is akárhogyan: rovásírással, tünde-nyelven, wookie-nyelven, klingon nyelven, fejjel lefelé, visszafordítva, vietnámi, mandarin nyelven, románul, morzéval, bináris kódolással, QR-kódként és Braille-írással, titkosírással és számos betűtípussal leírva (néhány ezek közül látható a 13. ábrán).

V.M. neve ugyancsak gyakran (72), gúnyneveket is kapott (25), ennek egyik közkedvelt formája volt a vezeték és keresztnéve első betűjének megcserélése, ebből lett „Varcell”. A posztolók meglehetősen ironiával utaltak emellett mindarra, amit az OVB és a hasonló cégek nyelvi eufémizmusának tartottak: az MLM-es titulusok gúnyolása (20) gyakori volt – „tripla gyémántszintű üzletkötő; „zafir fokozatú senior területis niBBa”; „vesekő fokozatú területi értékesítő” –, de sűrűn (61) használták a bevett fordulatokat ironikusan: „remek pénzügyi lehetőség”, „jobbnál jobb befektetési ajánlatok”, „bővülő irodámba, fiatalos csapatba keresek”. Explicite ritkábban mondják, hogy átverés (25), viszont egészen mélyen beléjük égett – összhangban a már említett „OVB ügyfélszerzési gyakorlata problémás” üzenettel – a rég nem látott ismerősök (88) kávéra meghívása (72) és további ügyfélszerzés telefonszámok erőszakos megszerzésével (24); volt mém (14. ábra), amelyben az alkotó kolduló cigányasszony szövegéhez hasonlította a kontaktok kérését, olyan is, amely azon élcelődött, hogy csődbe mentek a kávézók (15. ábra), mert az OVB-sek ismerősei visszamondták a lehetőséget, megint más azon gúnyolódott, hogy az úrkorszakban tartanánk, ha mindenki elfogadná. A GRDG is megjelenik (44), általában az OVB-vel fennálló viszonyulások kapcsán.

⁶ Ebben az időben már nem kizárólag like-ot lehetett adni a Facebookon, hanem már többféle reakcióból lehetett választani; ugyanakkor az erősen ironikus közegben egy szív-reakció vagy ölelés-reakció is könnyen meglehet, hogy valójában nem a reagáló őszinte lelkesedését, hanem sokkal inkább ironikus áljongást jelzett, így a praktikum kedvéért az egyes reakciótípusok differenciálásától eltekintettem.

13. ábra

The screenshot shows a Facebook post from user 'Á' on September 15, 2022, at 22:13. The post contains a QR code and a block of text in a non-Latin script. Below the post are several comments from users 'K', 'J', 'B', and 'F'. Comment 'K' (22:41) discusses 'avzoktavih ermielefygü za kerebme negedi kenserek netnizs iteh ed ,evé 2 rám tekelefygü kovih men né yghomen sé haj ,tetenözsök getegner a lötmielefygü sáláh a molatzsapat pan trím ,pan tös ,ár koygav ekzsüB .mozoglod léngéc - ötezevcaip evé 5 ygúma - za lenne gidnim gé m sé tletle vé 01 rám atöza ygho ,geynél a ima ,yged ój ygho ,nebmötezev a sé nebésedöküm a nebgéc a metih ed ,kosám trím ,)tsédelezök a gem kétlé ygi naynáhén ketetzök tti sé(sokaszöre naylo matlov man né tahel .metlézseb men ttöleza levveléf rám lekkika ,ti matvih si né tös ,tártélgnar a matrájigév si né si né .)leggéssélzsem sejtet molalláv ,moyg kos a tegésötehelzsaláv a(nebmézs lammattí sevé 01 trím bbót túlme za ötrés trem ,totropi'. Comment 'J' (1:44) says 'Elhagyom ezt a csoportot'. Comment 'B' (21:44) contains a long string of binary code. Comment 'F' (21:38) includes a block of text in a non-Latin script and a photo of a horse race. The post itself has 26 reactions and 53 comments. The comments have 63, 512, and 29 reactions respectively. The post has 14 comments and 12 replies.

14. ábra

The screenshot shows a Facebook post from user 'Á' on September 15, 2022, at 12:30. The post features a photograph of a woman in a brown jacket pushing a stroller, with another woman in a striped sweater standing next to her. The text overlaid on the image reads: 'SZOSZI MO!!!! NINGS 10 TELEFONSZÁMOD VERJEM ALÁD. TELJESÍTMÉNY ALAPJÁN KAPOM A BUSZJEGYET. OVB CINTANYÉR'. The post has 419 reactions and 5 comments.

15. ábra



Mindenképpen megéri kitérni a nyelvi leleményességekre: „kis költségvetésű saját termék”, „azt sem tudom, mi az az effort”, „lóeffort”; *oc* szójátékba rejtve: (o)lyan finom volt ez a reggeli kávé (c), „kevesebb idő alatt szerkesztettem meg, mint amennyi idő alatt meggazdagodhatsz”, „ugyanitt (o)l(c)só, mérethelytelen zakó eladó, „(O)VB pia(c)vezető”. Nem lehet elmenni ugyanakkor az implicit rasszista kifejezések mellett („niBBa”, „cintányér”) sem.

Az eredetiség elvárása a karakterek, illetve kodifikált mémek sokféleségében is tetten érhető (V.M. portréján kívül 49): azon példányoknál, ahol megjelenik valamilyen karakter (247), elsöprő többség specifikusként leírható (228), és majdnem kétharmada (163) kodifikált mémformátum része; utóbbinál nagyon alacsony az egy-egy formátumra jutó elemszám (1,19), 117 kodifikált mém csak egyetlenegyszer fordul elő a teljes mintában, ami az egyedi tartalomelőállításra való törekvést támasztja alá. Éppen a kodifikált mémek nagy lefedése miatt a generikus karakterek (20) alig rúgtak labdába, persze minta itt is felfedezhető: nyolcnál irodisták meetingen. Ugyancsak specifikus (noha nem kodifikált) forma a különféle kártyák (14), mint a 16. és 17. ábrán látható: itt hol az OVB, hol V.M., hol a kávé maga tűnik fel különféle „képességekkel”. Ugyanez igaz a tárgyakra (object) is; a 4 alkalommal is visszatérő piramison kívül alig volt figyelemreméltó ilyen, és az action sem volt értelmezhető.

16. ábra



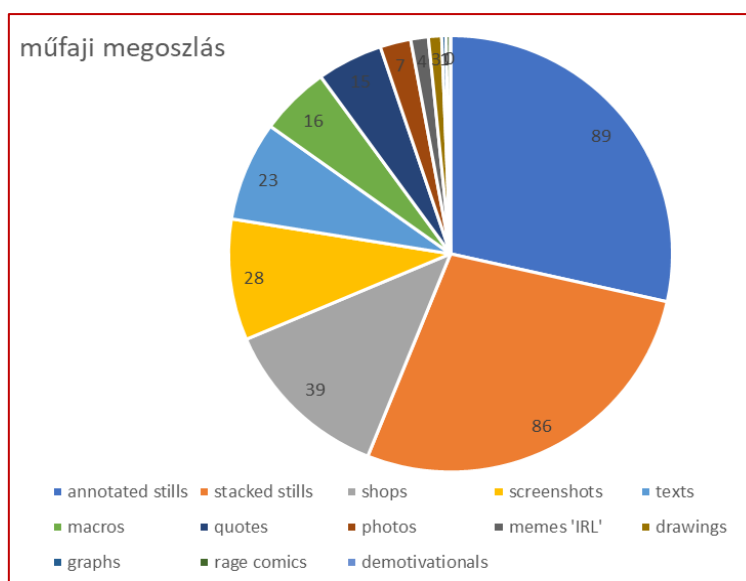
17. ábra



Az alkalmazott humortípusok kapcsán igazán volt Shifmannek: valóban a felsőbbrendű (200) volt abszolút többségben, az inkongruens (81) – sokszor a V.M.-féle poszt szöveg szokatlan helyre illesztése miatt, pl. Star Wars introszövegeként videóban futtatva, elénekelve eszperantó nyelven vagy éppen Tinder-profilszövegeként. A repetitív humor, főleg a V.M.-szöveg ismételtetésére épült, 102 alkalommal volt detektálható.

S végül a Milner-féle tipológia szerinti műfajok: a felírtos állóképek és a halmozott állóképek vitték a prímet, a skála másik végén a nullpéldányos demotiválók, s 1-1 példánnyal a grafikonok és a rage comics állnak (18. ábra), azaz a hagyományosabb műfajok visszaszorultak.

18. ábra



6.2. Befogadói reakciók (Q2)

A részletes eredmények ismertetése meghaladná jelen dolgozat kereteit, így tendenciákra és sarokpontokra koncentrálnék.

Az üzenet szintjén az ügynökök ügyfélszerzési trükkjeinek kritikája (1,23-szoros reakciószám) és az átverés/piramisjáték jelleg vádja (1,2) volt népszerű; V.M. kilépése átlag körüli (0,97) kedveltségi szintet hozott; V.M. „veszélyessége” (0,41) és meglepő módon a „V.M. magával szúrt ki” (0,56) és a „GRDG legyőzi az OVB-t” (0,65) sem volt különösebben népszerű.

Önmagában karakterek megjelenése nem jelentett plusz reakciókat (0,72), ezen belül a specifikus karakterek még kevésbé (0,67), noha V.M. arcképére jól reagáltak (1,24). Az is igaz ugyanakkor, hogy sok ilyen mém kommentként került elő, így nem feltétlenül érték el az elsődleges nyilvánosságot a csoporton belül, ez érzékelhető az eredményeiken is; mindenesetre a Distracted Boyfriend (1,81) és Jeff Goldblum (1,53) nevű mémek karaktere kedveltebb volt, ahogy a generikus karakterek is ehhez képest felülteljesítettek (1,28).

Ami a szöveges tartalmakat illeti, az eredetieket (*oc*) jobban (1,12), a lopottakat kevésbé (0,94), a *low effort*okat pedig még kevésbé (0,74) díjazták. Kedvelték az OVB-vel kapcsolatos, ironikusan használt nyelvi eufemizmusokat (1,2), a kigúnyolt titulusokat (1,15), de az átverés explicit kifejezését is (1,2), V.M. nevének eredeti, legfeljebb sorrendben felcserélt verzióját jobban (1,07), mint a kigúnyoltat (0,88); az „Elhagyom ezt a csoportot...” is nagyobbat ment

változtatás nélkül (1,1) mint módosításokkal (0,87), az OVB nevét is jobban kedvelik eredeti (1,07) vagy betűjátékos (0,99) verzióban, mint durván módosítottban (0,84). A kávémeghívás (toposzszerűen előkerülő beszerzési vagy értékesítési gyakorlat) és a rég nem látott ismerős vegzálása (1,22-1,23) is nagyobb sikert aratott, mint a telefonszámok elkérése (0,85).

Érdekes módon a ritka játékos humort kicsit jobban díjazták (1,10) mint a többi (0,97-0,99).

A műfajok közül a mémek a való életben kategóriát díjazták a leginkább, az ilyen mémek 2,21-szer annyi, 486,5 reakciót kaptak; a fényképek is átlagon felül teljesítettek (1,49); mindkettő egyébként óhatatlanul eredeti tartalmat feltételez. Nagyon nem szerették azonban a grafikont (0,14) és a rajzokat (0,31).

7. Konklúzió

A kutatás empirikus része választ adott a kérdésekre és megerősítette a korábbi előfeltevéseket a lulz logikája, a csoporthumor és a szubkulturális tőke, illetve a szubkulturális határvadászat kapcsán: a sértődés látható módon büntetést vont maga után, emellett az ironikus tartalmak általában erősebb befogadói reakciókat váltottak ki, és a repetitív humor szerepe is fontos. A V.M. mém gyors felfutása és kihunyása ellenére továbbra is referenciapontként szolgál, s egyúttal bizonyítja, hogy egy tízezer fős magyar Facebook-csoport is képes pusztán szórakozásból megtróllkodni egy multinacionális nagyvállalat minden felületét úgy, hogy még a média tartós figyelmét is képes felkelteni – ugyanakkor decentralizált jellegéből fakadólag egyes csoporttagok tevékenysége a cyberbullying fogalmát is kimerítheti, miközben ők maguk úgy érzik, csupán visszavágtak az OVB-ügynökök leleplezésével és a direkt megkereséseikhez hasonló személyes üzenetek tömeges küldésével. A leszűrt eredmények a kríziskommunikációval foglalkozó szakemberek számára is hasznosak lehetnek, hiszen egy troll támadás nem biztos, hogy ugyanazokkal az eszközökkel kezelhető, mint egy hagyományos krízishelyzet.

A mém utóélete kapcsán érdemes még talán megemlíteni, hogy egy évvel később (2020. 08. 12.) hasonló *raid* indult, ezúttal a *Tibi Atya* nevű Facebook-os mémoldal osztotta meg a GRDG egy korábbi mémjét (W10); a Facebookon pedig 2020 július 3-a óta létezik a jelen sorok írásakor 8,3 ezer fős *Emberek MLM-es aurával* csoport, 2021. májusában pedig a *Gilébeg eppől a dzsopordpól 2.0* 7,4 ezer fős csoport is – azaz, bár a V.M.-eset hamar lekerült a napirendről, hosszabb távú hatása mindenféleképpen dokumentálható.

IRODALOM

- Apte, Mahadev (1985) *Humor and laughter: An anthropological approach*. Ithaca, N.Y., Cornell University Press. ISBN: 0801493072
- Arnould, Eric J. – Wallendorf, Melanie (1994) Market-oriented ethnography: interpretation building and marketing strategy formulation. *Journal of Marketing* 31 (4) 484–504. <https://doi.org/10.1177/002224379403100404>
- Blackmore, Susan (1999) *The meme machine*. Oxford, University Press Oxford. ISBN: 978-0192862129
- Buckels, Erin E. – Trapnell, Paul D. – Paulhus, Delroy L. (2014) Trolls just Want to Have Fun. *Personality and Individual Differences*, 2014/sepember, 97–102. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2014.01.016>
- Burroughs, Benjamin (2013) Obama Trolling: Memes, Salutes, and an Agonistic Politics in the 2012 Presidential Election. *Fibreculture Journal*. 2013/december, 257–276.
- Cheng, Justin – Danescu-Niculescu-Mizil, Cristian – Leskovec, Jure – Bernstein, Michael (2017) Anyone Can Become a Troll. In: Lee, Charlotte P. – Poltrock, Steve (eds.) Proceedings of the 2017 ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work and Social Computing – CSCW '17, New York, Association for Computing Machinery, 1217–1230. <https://doi.org/10.1145/2998181.2998213>, <https://doi.org/10.1511/2017.126.152>
- Davison, Patrick (2012) *The language of internet memes*. In: Michael Mandiberg (ed.) *The social media reader*. New York, New York University Press. 120–136. <https://doi.org/10.18574/nyu/9780814763025.003.0013>
- Dawkins, Richard ([1976] 2005) *Az önző gén*. Budapest, Kossuth Kiadó.
- Dennett, Daniel (1996) *Darwin veszélyes ideája*. Budapest, Typotex.
- Dennett, Daniel (1990) Memes and the exploitation of imagination. *The Journal of Aesthetics and Art Criticism* 48 (2), 127–135. <https://doi.org/10.2307/430902>
- Drakett, Jessica – Rickett, Bridgette – Day, Katy – Milnes, Kate (2018) Old jokes, new media – Online sexism and constructions of gender in Internet memes. *Feminism & Psychology*, 2018/1, 109–127. <https://doi.org/10.1177/0959353517727560>
- Föld S. Péter (2004) *Miért nem bírjuk az ügynököket?* Budapest, Pannonica Kiadó.
- Gulabdin, Shaierah B. – Sung, Toh Pei – Sondoh, Stephen L. (2020) Personality, Interpersonal Identification and Agent's Performance in Multilevel Marketing Industry (MLM): Preliminary. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 2020/3, 444–452. <https://doi.org/10.6007/IJARBS/v10-i3/7061>
- Hodge, Edwin – Hallgrimsdottir, Helga (2020) Networks of Hate: The Alt-right, “Troll Culture”, and the Cultural Geography of Social Movement Spaces Online. *Journal of Borderlands Studies*, 2020/4, 563–580. <https://doi.org/10.1080/08865655.2019.1571935>
- Hyman, Michael (2007) Multi-level marketing: A pyramid scheme by design. *NMSU Business Outlook*.
- Hyman, Michael R. (2007) *Multilevel Marketing: A Pyramid Scheme by Design*. *New Mexico State University Business Outlook*, 1–5.
- Jenkins, Henry – Li, X – Domb Krauskopf A. – Green, Joshua (2009) *If it doesn't spread, it's dead*. New York University Press, New York.

- Kayany, Joseph (1998) Contexts of uninhibited online behavior: Flaming in social newsgroups on Usenet. *Journal of the American Society for Information Science* 1998/12, 1135–1141. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1097-4571\(1998\)49:12<1135::AID-ASI8>3.0.CO;2-W](https://doi.org/10.1002/(SICI)1097-4571(1998)49:12<1135::AID-ASI8>3.0.CO;2-W)
- Knobel, Michele – Lankshear, Colin (2007) Online Memes, Affinities, and Cultural Production. In: Knobel, Michele – Lankshear, Colin (eds.) *A New Literacies Sampler*. New York, Peter Lang. 199–228.
- Milner, Ryan (2012) The World Made Meme: Discourse and Identity in Participatory Media. Ph.D. értekezés, University of Kansas. May 8., 2012. https://kuscholarworks.ku.edu/bitstream/handle/1808/10256/Milner_ku_0099D_12255_DATA_1.pdf?sequence=1
- Milner, Ryan (2016) *The World Made Meme*. MIT Press, Cambridge. <https://doi.org/10.7551/mitpress/9780262034999.001.0001>
- Miltner, Kate M. (2016) „Nem kell cukiság a LOLCatbe”: A műfaj, a társadalmi nemek és a csoportidentitás szerepe az internetes mémek értelmezésében és fogyasztásában. Ford. Sütő Zsuzsa és Pölcz Róbert. *Apertúra*, 2016/3.
- Nissenbaum, Asaf – Elad, Segev – Stolerno, Nathan – Shifman, Limor (2015) Families and Networks of Internet Memes: The Relationship Between Cohesiveness, Uniqueness, and Quiddity Concreteness. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 2015/4, 417–433. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12120>
- Phillips, Whitney M. (2012) This is why we can't have nice things: The origins, evolution, and cultural embeddedness of online trolling. PhD-disszertáció, University of Oregon. <http://hdl.handle.net/1794/12528>
- Shifman, Limor (2014) *Memes in digital culture*. MIT Press, Cambridge. <https://doi.org/10.7551/mitpress/9429.001.0001>
- Sperber, Dan (2004) *A kultúra magyarázata*. Budapest, Osiris.
- Peter Clothier (1993) *Kulcs a kezében: Multi-Level Marketing*. Integra-Projekt Kft., Budapest.
- Tannen, Deborah (1991) *Talking Voices: Repetition, Dialogue and Imagery in Conversational Discourse*. Cambridge, Cambridge University Press.
- Tokunaga, Robert S. (2010) Following you home from school: A critical review and synthesis of research on cyberbullying victimization. *Computers in Human Behavior*, 2010/3, 277–287. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2009.11.014>
- Vander Nat, Peter J. – Keep, William W. (2002) Marketing Fraud: An Approach for Differentiating Multilevel marketing from Pyramid Schemes. *Journal of Public Policy & Marketing*, 2002/1, 139–151. <https://doi.org/10.1509/jppm.21.1.139.17603>
- Veszelszki Ágnes (2012szerk.) *Netszótár. @-tól a Zuckerbergnetig*. Budapest, ELTE Eötvös Kiadó.
- Veszelszki Ágnes (2015) Konfliktuskezelés a közösségi médiában. Esettanulmány a Trollfoci vs. Notts County példáján. *Médiakutató*, 2015/2, 39–51.
- Yaar, Abraham – Perrig, Adrian – Song, Dawn (2004) SIFF: a stateless Internet flow filter to mitigate DDoS flooding attacks. IEEE Symposium on Security and Privacy, 2004. Proceedings. 2004. <https://doi.org/10.1109/SECPRI.2004.1301320>
- Zsila Ágnes – Demetrovics Zsolt (2019) Cyber-viktimizáció és cyber-agresszió – A közösségi oldal-használat összefüggései az online bántalmazással. *Médiakutató*. 2019/1, 21–33.

- W1: <https://www.magyarhirlap.hu/gazdasag/20190917-mempergotuz-ala-kerult-az-ovb>
- W2: <https://www.portfolio.hu/short/20190916/internetes-trollsereg-tamadta-meg-a-magyar-ovb-t-400975>
- W3: <https://www.portfolio.hu/short/20190916/internetes-trollsereg-tamadta-meg-a-magyar-ovb-t-400975>
- W4: <https://www.ovb.hu/>
- W5: <https://www.portfolio.hu/uzlet/20200608/megtevesztette-ugyfeleit-az-ovb-repult-is-a-24-millios-birsag-435960>
- W6: <https://24.hu/fn/gazdasag/2019/11/18/35-millios-birsag-ovb-mnb/>
- W7: https://www.youtube.com/watch?v=TJAYwAZ9sus&ab_channel=RipostOnline
- W8: <https://www.w3.org/Security/Faq/wwwsf6.html>
- W9 <http://www.anyanyelv-pedagogia.hu/cikkek.php?id=270>
- W10: <https://www.portfolio.hu/short/20200812/ujabb-memhaboru-indult-a-magyar-ovb-ellen-444584>