

XV међународни научни скуп
Српски језик, књижевност, уметност

Зборник радова

**МАЧКЕ: ЕКО(ПО)ЕТИКА У
КЊИЖЕВНОСТИ, ЈЕЗИКУ И
УМЕТНОСТИ**

Крагујевац, 2021.

Филолошко-уметнички факултет
XV међународни научни скуп *Српски језик, књижевност, уметност*
(округли сто *МАЧКЕ: ЕКО(ПО)ЕТИКА У КЊИЖЕВНОСТИ, ЈЕЗИКУ И*
УМЕТНОСТИ)

(Крагујевац/Драча, 6. јул 2021.)

ПРОГРАМСКИ ОДБОР

Председник

Мр Зоран Комадина, редовни професор

Пошћпредседник

Др Милош Ковачевић, редовни професор

Др Драган Бошковић, редовни професор

Чланови

Др Владимир Поломац, ванредни професор

Др Часлав Николић, ванредни професор

Др Бранка Радовић, редовни професор

Др Биљана Мандић, ванредни професор

Др Јелена Атанасијевић, ванредни професор

Др Мирјана Мишковић Луковић, редовни професор

Др Катарина Мелић, редовни професор

Др Персида Лазаревић ди Ђакомо, редовни професор, Универзитет „Г. д
Анунцио”, Пескара, Италија

Др Анђелка Пејовић, редовни професор, Филолошки факултет, Београд

Др Ала Татаренко, ванредни професор, Филолошки факултет Универзитета
„Иван Франко”, Лавов, Украјина

Др Зринка Блажевић, ванредни професор, Филозофски факултет, Загреб,
Хрватска.

Др Миланка Бабић, редовни професор, Филозофски факултет, Универзитет
Источно Сарајево, Босна и Херцеговина

Др Михај Радан, редовни професор, Факултет за историју, филологију и
теологију, Темишвар, Румунија

Др Димка Савова, редовни професор Факултет за словенску филологију,
Софија, Бугарска

Др Јелица Стојановић, редовни професор Филозофски факултет, Никшић,
Црна Гора

Филолошко-уметнички факултет

**МАЧКЕ: ЕКО(ПО)ЕТИКА
У КЊИЖЕВНОСТИ,
ЈЕЗИКУ И УМЕТНОСТИ**

Уредници

Др Никола Бубања, ванредни професор
Др Драган Бошковић, редовни професор
Др Милош Ковачевић, редовни професор

Нина. Ж. МАНОЈЛОВИЋ¹
Универзитет у Крагујевцу
Филолошко-уметнички факултет
Одсек за филологију
Катедра за англистику

Аница Р. РАДОСАВЉЕВИЋ КРСМАНОВИЋ²
Универзитет у Крагујевцу
Филолошко-уметнички факултет
Одсек за филологију
Катедра за англистику

АНАЛИЗА ПОПУЛАРНИХ ИНТЕРНЕТ МИМОВА О МАЧКАМА – ПОСТИЗАЊЕ ЕФЕКТА ХУМОРА И ЗНАЧАЈ МАЧАКА

Циљ рада јесте анализа интернет мимова о мачкама у оквирима когнитивнопрагматичког приступа комуникацији, те испитивање на који начин се постиже ефекат хумора у потрази за релеванцијом. Како су мимови посебна врста комуникације, чија се интерпретација умногоме ослања на културолошки и друштвени контекст, као и на познавање општеприхваћених стереотипа, очекујемо да ће ефекат хумора бити постигнут како на експлицитном тако и на имплицитном нивоу комуникације.

Такође, испитују се и потенцијални афективни ставови који се демонстративно комуницирају. С друге стране, не-намеравани не-пропозициони ефекти тичу се осећања и емоција које нису демонстративно комунициране, а у контексту масовне комуникације стоје у уској вези са зближавањем са групом и солидарношћу.

Корпус чине разноврсни мимови који приказују мачке, а подељени су у три групе – мимови са сликовним макроом, мимови са детерминисаним обликом језичког садржаја и мимови у слободном стилу. Анализа садржаја наведених мимова говори у прилог приступу епидемиологије репрезентације у оквиру ког се имитација посматра као гранични случај, а не као норма.

Кључне речи: теорија релеванције, интернет мимови о мачкама, сајберпрагматика, хумор, раздвозначавање, разрешење неконгруенције

1. Уводне напомене

Како су корпус овог рада интернет мимови, ваљало би појаснити сам појам (*Inrenet memes*). Сам појам мима уско је повезан са идејом културолошке јединице (*cultural unit*) и скован је од речи са грчким

1 nina.manojlovic@filum.kg.ac.rs; manojlovic.nina@gmail.com

2 anica.krsmanovic@filum.kg.ac.rs

кореном – *Mimete* (Докинс 1976: 192). Овакве јединице имају својство да *заразе* људски ум, те да се веома брзо умножавају имитацијом (Блејкмор 1999, 2001). Јус (2017а: 113) их стога сматра аналогним биолошком концепту *жена* (видети и Блејкмор 2001). Оно што карактерише мимове јесте да се лако копирају и преносе од једне особе до друге, без значајних измена које се тичу облика или формата, висок степен копирања и ширења информација и дугорочност, то јест способност опстанка у ланцу ширења информација (Докинс 1976).

Како се садржаји на интернету неретко умножавају и деле на исти начин, овакве јединице називају се интернет мимови. Оно што их карактерише јесте брзо ширење и далекосежност. Интернет је глобална платформа и омогућава корисницима широм света приступ разноврсним садржајима, самим тим и мимовима. Ако узмемо у обзир да су мимови репликатори и да процес њиховог копирања мора бити у складу са еволутивним алгоритмом варијације, селекције и наслеђивања (Блејкмор 2001), поставља се питање разлога заступљености мачака у интернет комуникацији. Наиме, сматрамо да су мимови са мачкама заступљени више од мимова са другим животињама, те да су заступљени на разноврсним платформама (чак постоје и засебне платформе за овакве мимове) и у разноврсним облицима. Може се сматрати да мачке заступљене у испитиваном корпусу конституишу засебан домен у људском когнитивном модулу (чак и више засебних, не нужно комплементарних домена), који се тиче фауне, а који се, заправо, махом састоји од културолошки условљених информација.

Што се анализе хумора тиче, у раду пратимо Јусову класификацију шала и приступ интерпретацији (Јус 2017а, 2017б) из два главна разлога: 1) појмови у оквиру приступа хумору из позиције теорије релеванције неретко се преклапају и главне разлике су термилошког типа (Бигајло 2013) и 2) Јусова истраживања (2018а, 2018б) обухватају проблематику интернет комуникације са посебним освртом на мимове.

2. Теорија релеванције и хумор

Теорија релеванције (Спербер и Вилсон 1986, Карстон 2002) је когнитивнопрагматички приступ комуникацији. Релеванција исказа пропорционална је позитивним когнитивним ефектима, а обрнуто пропорционална труду уложеном при његовој интерпретацији. Према комуникативном принципу релеванције, сваки демонстративни стимуланс подразумева претпоставку о сопственој оптималној релеванцији, то јест да је довољно релевантан да завређује когнитивни напор потребан за његову интерпретацију и да је најрелевантнији стимуланс у складу са говорниковим способностима и могућностима. Другим речима, сваки пут када комуницира исказ, говорник очекује да ће интерпретација датог исказа бити вредна когнитивног напора и да ће

исказ бити релевантан (иако то није увек случај, очекивање релеванције је неизоставно). Исто је и када је хумор у питању – због очекиване релеванције, шала је вредна пажње и когнитивног напора. Иако знамо да је шала ирелевантна када је реч о новим информацијама, те да ће се на њену интерпретацију потрошити додатни труд, ипак очекујемо награду за уложени труд, само овај пут у виду забаве, односно забавног садржаја (Јус 2017а: 189).

Када је хумор у питању, говорник има велики ниво контроле над начином на који се инференција одвија – којим контекстуалним информацијама треба приступити, до којих импликација треба доћи и сл. (Јус 2017а). Потенцијалним интерпретацијама приступа се у складу са њиховом доступношћу, односно, рангирају се према критеријуму релеванције. То се назива стратегијом мањег напора (*least effort strategy*). Дакле, исказ може имати више могућих интерпретација у зависности од контекста, те нису све интерпретације једнако доступне и релевантне у конкретном контексту, а у смислу позитивних когнитивних ефеката³. Саговорник бира најрелевантнију опцију и одбацује све остале.

Овај избор одвија се несвесно, односно, прималац поруке није свестан свих осталих потенцијалних интерпретација датог исказа. Управо се то често користи како би се постигао хумористичан ефекат, то јест прималац поруке се наведе на бирање иницијално релевантне интерпретације, за коју се испостави да је погрешна. Јус (2017б) ово назива разрешењем неконгруенције (*incongruity resolution*, наш превод) и наводи да се неконгруенција може заснивати на начину на који саговорник конструише менталну ситуацију, односно оквир или схему (*frame-based jokes*) и на конфликтима на које саговорник наилази при интерпретацији језичког садржаја шале (*discourse-based jokes*). Илуструјемо следећим примерима (пеузето из Јуса 2017б: 112 и 110):

- 1) Tom and Jim talking to each other, Tom says: "You know, Jim, my wife and I were very happy for 25 years". His friend asks, "And then... what happened?" "We met", replies Tom.
- 2) A policeman in Washington D.C. stops a lady and asks for her license. He says "Lady, it says here that you should be wearing glasses". The woman answers "Well, I have contacts". The policeman replies "I don't care who you know! You're getting a ticket!"

У примеру 1) прималац поруке активира типичан сценарио пара у срећном браку, али завршница шале ништи овај сценарио и

3 Узмимо као пример следећу размену:

А: „Шта ради Миша?“

Б: „Ено га завија“

Говорник А приступа интерпретацији исказа/одговора на постављено питање, који подразумева (између осталог) раздвоначавање речи *завија*. Уколико је референт за Миша пас, говорник А неће разматрати значење *умотавати/увјати* у нешто, већ ће, као првој релевантној, приступити интерпретацији *оштегнутио урлаиши*.

намеће разрешење које подразумева замену овог оквира (сценарија) потпуно супротним оквиrom о несрећном браку. Извор неслагања се, међутим, не налази у завршници шале, већ у самој поставци, то јест у поддетерминисаном изразу *very happy for 25 years*⁴. У примеру 2) говорник може да предвиди да ће прималац поруке конструисати ментални сценарио шале (*make-sense frame*) у којем ће реч *glasses* бити потхрањена у краткорочној меморији и навести примаоца поруке да при раздвозначавању речи *contacts* приступи интерпретацији *contact lenses*, јер је ово значење релевантно у складу са датим оквиrom. Међутим, ово значење се одбацује када полицајац изговори *I don't care who you know* и саговорник приступа другој интерпретацији исказа у складу са новим контекстуалним оквиrom.

Јус (20176) уводи и трећи случај класификације разрешења неконгруенције у којима саговорник изводи велики број импликатура које нису директно везане за интерпретацију шале, већ зависе од способности саговорника да приступи одређеним контекстуалним информацијама када чује шалу која припада било ком од два претходно представљена типа.

Када говоримо о интернет комуникацији, постоје додатни фактори које треба узети у обзир. Иако не постоје посебни интерпретативни механизми који би били потребни за специфичности комуникације путем интернета, може се приметити да хумор и онлајн комуникација заједно неретко генеришу релевантне интерпретативне исходе који надилазе информативност и интересантност њиховог садржаја. Како је језички садржај шале често неинформативан, захтева додатан напор при интерпретацији (због манипулација полисемичним речима, раздвозначавања и др.) и не прати уобичајена конверзациона правила, шале су углавном релевантне због своје фатичке функције. Управо ова фатичка компонента узима примат када је онлајн комуникација у питању (Јус 20186). Не негира се да се на интернету може пронаћи огроман број информација, али се не може занемарити ни то да велики број страница постоји само за одржавање/започињање комуникације/контакта и дељење неинформативних садржаја. Смешни садржаји свакако спадају у ову категорију.

Како би се горепоменути ефекти хумористичке комуникације на интернету подробније објаснили, Јус (20186) уводи два термина – контекстуална рестрикција (*contextual constraint*, наш превод) и не-намеравани не-пропозициони ефекат (*non-intended non-propositional effect*, наш превод). Контекстуална рестрикција односи се на оквир интеракције и постоји пре него што се приступи интерпретативном процесу, док се не-намеравани не-пропозициони ефекат односи на осећања, емоције, утиске и сл. који нису демонстративно намеравани од стране говорника.

4 Наведени израз се иницијално тумачи да значи *срећни [заједно] 25 година* да би се испоставило да значи *срећни 25 година [док се нису ујознали]*.

Обе ове ставке могу имати, тврди Јус (20186), позитиван утицај на когнитивне ефекте или негативан утицај на когнитивни напор потребан за интерпретацију. За наше истраживање релеванти су позитивни не-пропозициони ефекти како на нивоу мањих група, тако и на нивоу знатно већих група људи укључених у интеракцију – зближавање и солидарност, културолошка специфичност потребна за обраду информација и заједничка свест о вредностима.

При интерпретацији мимова најочигледнија специфичност јесте та што постоји и визуелни контекст (слика), који је подједнако важан као и ситуациони (нпр. платформа где је мим објављен) и текстуални. Неки истраживачи тврде да постоје визуалне експликатуре и имплицатуре које се генеришу паралелно са вербалним (видети Форсвил 2014, Форсвил и Кларк 2014). Наиме, када прималац поруке интерпретира вербално-визуелни садржај, он мора да конструише хипотезе које се тичу улоге коју слика игра у интерпретацији мима, односно да ли слика има денотативну функцију (визуелна експликатура) или некодиран инференцијални конотативни допринос којем се може приступити само уз помоћ комбиновања слике са текстом (визуелна импликатура) (Јус 2018а: 121).

Фокус наше анализе јесте испитивање начина на које се постижу хумористички ефекти у оквиру мимова о мачкама, те њихово постојање у оквиру различитих врста овог вида комуникације, што може указати на заступљеност и распрострањеност концепта/домена мачка у људској когницији, и то на глобалном нивоу. Иако корпус овог истраживања чине само мимови о мачкама, сматрамо да упућује на ширу тенденцију људске когниције да одређене модуле, односно домене, људског искуства представља управо уз помоћ домена мачке.

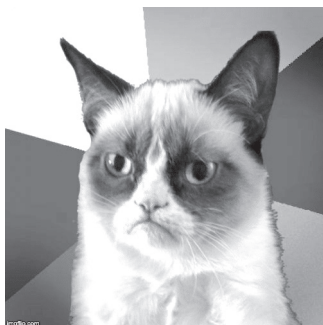
3. Анализа

Корпус истраживања чини преко 200 мимова који приказују мачке. Мимови су у највећем броју прикупљени са платформи које су посвећене прављењу и објављивању мимова (погледати изворе), али и слободном претрагом путем интернет претраживача Гугл. Једини критеријум био је да слика приказује мачку, праву или нацртану, и да има пропратни текст. Квантитативна анализа није релевантна за наше истраживање, јер је циљ идентификовати врсте мимова који у којима фигурирају мачке, као и начине на које се остварује хумористички ефекат у овим мимовима.

У оквиру овог одељка, прикупљени мимови организовани су у три основне групе. Прву групу чине сликовни макрои, односно група мимова о мачкама, где се мења само текст, док слика остаје иста. Другу групу чине мимови са детерминисаним обликом језичког садржаја, без рестрикција везаних за избор слике. Трећу групу смо дефинисали као мимове у слободном стилу, односно мимове који приказују разноврсне слике мачака, пропраћене различитим текстуалним садржајем.

3.1. Мимови са сликовним макроом

Интернет је преплављен мимовима са сликовним макроима, где корисници могу преузети слику на коју само додају текст. Постоје целе платформе посвећене управо овој пракси (*Meme Generator*, *Know Your Meme* и други). Велики део ових макроа је добропознат на глобалном нивоу (*Bad Luck Brian*, *Success Kid*, *Not Sure If*, *Scumbag Steve* и др.). Једна од најпопуларнијих јесте и *Grumpy Cat* (пргава/цангризава мачка). Ова група мимова подразумева употребу униформног сликовног макроа (видети Сliku 1), корисници мењају текст у складу са контекстом који одређује дата слика.



Слика 1: *Grumpy Cat* сликовни макро

Grumpy Cat мим настао је на основу стварне мачке која је постала позната због свог изгледа, услед ког увек делује намргођено. Може се рећи, према Јусовој терминологији, да то поставља одређену контекстуалну рестрикцију при интерпретацији мима. Оно што је интересно у вези са овим мимом са сликовним макроом јесте да се, за разлику од осталих мимова исте врсте, *Grumpy Cat* може наћи са измењеним сликама, вероватно услед тога што је сама мачка постала популарна, те на интернету постоји мноштво њених фотографија.



Слика 2



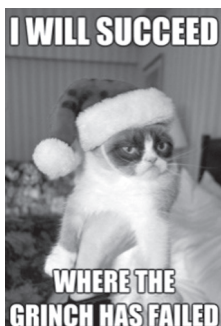
Слика 3



Слика 4



Слика 5



Слика 6



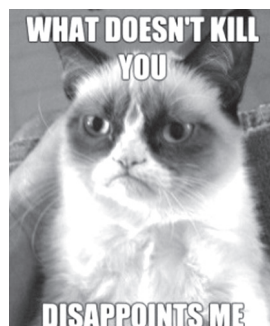
Слика 7



Слика 8



Слика 9



Слика 10



Слика 11

Као што можемо видети, слика не мора бити иста, али одређује увек исту контекстуалну рестрикцију – очекивање негативне импликатуре текстуалног садржаја. Ипак, иако прималац поруке априори зна да мимови са сликом намргођене мачке претпостављају одређени вид негативне поруке, не може се предвидети у ком смеру ће ићи инференција.

На пример, Слика 2 представља најједноставнији пример, где се након првог дела текста (*Једном ми је било забавно*), а због сликовног контекста, очекује негативан коментар у другом делу текста (*било је ужасно*). Постоји велики број оваквих примера мимова са сликовним макроом намргођене мачке. Овакви примери су ипак популарни јер, иако прималац поруке не генерише велики број когнитивних ефеката,

релеванција није нарушена зато што је потребно јако мало когнитивног напора за интерпретацију. С друге стране, интерпретација неких мимова захтева активирање контекста општег знања (*general knowledge context*), као што су примери на сликама 3 и 6. У примеру на Слици 3 први део текста активира енциклопедијско знање о Мајама, али ништа прецизно у вези са њиховом цивилизацијом. Тек при интерпретацији другог дела текста (*ово је нејрихвaтљиво*), а на основу контекста који пружа сликовни макро (да се очекује мрзовољан и песимистичан коментар), прималац поруке може да приступи емергентном својству да су Маје направиле календар који предвиђа крај света 2012. године, те контекстуалној импликацији да би неко ко „мрзи цео свет“ прижељкивао крај истог. Стога се долази до имплицираног закључка да је *намргођена мачка разочарана/шужна/бесна ишло се пророчанство Маја није испунило*. Могу се генерисати и друге слабе имплицатуре, нпр. да *намргођена мачка замера Мајама ишло су јој дале лажну наду* и сл. На сличан начин, у миму на Слици 6, активира се опште знање о томе ко је Гринч, а уз сликовни контекст, поред очекивања песимизма, додаје се и ситуациони оквир Божића, те се долази до имлицираног закључка да *намргођена мачка намерава*, не само да покуша, већ и да успе у намери да уништи Божић.

Мим на Слици 4 поиграва се процесом раздвозначавања. Наиме, при тумачењу израза *slip into something more comfortable* прва доступна интерпретација јесте *обуци мање одеће/нешто ишло више открива*. Ова интерпретација се одбацује када се приступи интерпретацији другог дела текста, јер се глагол *slip* јавља у колокацији са именицом *coma*. Експликатура текста се сада поклапа са сликовном експликатуром и представља дескриптивну употребу језика, односно опис пожељног стања ствари, а то је да саговорник падне у кому.

Слика 5 представља нешто другачији вид интерпретативног процеса. Наиме већ први део текста комплементаран је контекстуалној рестрикцији коју одређује слика, иако сам одабир речи и језичких конструкција генерише одређене хумористичке ефекте упарен са сликом мачке (више о томе у наредном одељку). Оно што условљава промену ситуационог оквира јесте претња у другом делу текста (*Хајде. Заголицај ме. Још. Једном.*). Овакав вид шале генерише бројне слабе имплицатуре које се тичу односа намргођене мачке и њеног власника, односно дихотомије љубави према мачки и њене мржње према власнику. Овакве и сличне имплицатуре честе су код мимова о мачкама, посебно када је испитивани макро у питању.

Мимови приказани на Сликама 7 и 10 подразумевају разрешење ситуационе неконгруенције, где је први део текста добро познат израз (слично случају на Слици 4), док други део текста изазива промену ситуационог оквира. У првом случају (Слика 7) израз *lose extra weight* активира контекст губитка килограма. Иако се, због контекстуалне рестрикције коју намеће слика, не очекује да *намргођена мачка заиста*

брине о свом изгледу, други део текста производи неконгруенцију јер прималац поруке мора да одбаци претпоставку о губитку килограма и замени је интерпретацијом *ошарасити се нешто/непожељно* *шовара*. На сличан начин, интерпретација првог дела текста на Слици 10 чини високоприступачном и релевантном изреку *што те не убије, то те ојача*, која се одбацује при интерпретацији другог дела текста (*мене разочара*), где се поново генеришу бројне импликатуре о односу мачке и власника, односно мржње мачке према власнику. Такође, први део текста (*једна пшчица ми је рекла да ти је рођендан*) на Слици 11 успоставља ситуациони контекст у коме се очекује честитање рођендана, док други део текста (*па сам је појео*) мења ситуациони контекст, тако да прималац поруке прати интерпретативни процес у коме се додељивање референце за *it* врши у складу са контекстуалном рестрикцијом (намргођена мачка), те се долази до експликатуре *мачка је појела пшчицу [која јој је рекла за рођендан]*.

Мимови о намргођеној мачки користе се и употребом ироније. На пример, текст у оквиру мима на Слици 8 нема основну експликатуру⁵. Услед контекстуалне рестрикције коју намеће слика, прималац поруке текст интерпретира као случај ироније. Поред ироније, пронађени су и случајеви поигравања са политички коректним изражавањем (Слика 9), у којима први део текста наводи на позитивну интерпретацију (*нисам љуш*), док други део текста оповргава иницијалну интерпретацију, и то тако што оно што је негирано у првом делу (*љуш*) потврђује у другом делу, али у складу са обрасцем избегавања политичке некоректности (*stupid = mentally challenged → à angry = happiness challenged*), што носи додатни слој хумора (поред разрешења неконгруенције) кроз исмевање овог вида говора.

Овде треба напоменути да *Grumpy Cat* није једини мим са сликовним макроом који фигурира мачке. Од познатијих и продуктивнијих јесте и *I should buy a boat* (*шребало би да кућим брод*) мим, где се мачка приказује као имућни господин који чита новине, док се текст мења:



Слика 12: Boat Cat мимови

5 Основна експликатура је пропозиција намеравана од стране говорника. Случајеви ироније немају основну експликатуру, већ само експликатуре вишег реда (рецимо, *Глушо/смеино/неосновано би било рећи/помислити да П*, где је П пропозиција исказа)

У приказаним сликама (где прва представља оригинални, то јест првобитни мим) може се приметити да такође постоји контекстуална рестрикција коју успоставља слика и да усмерава/доприноси интерпретацији пропатног текста. Због просторног ограничења рада нећемо анализирати начине постизања когнитивних ефеката хумора/забаве у оквири *Boat Cat* мимова, али треба напоменути да мимови са сликовним макроом мачке постају све бројнији и разноврснији, што може упућивати на подобност коришћења мачака за ширење информација и идеја или, једноставно, за успостављање и одржавање комуникације и контакта.

3.2. Мимови са детерминисаним обликом језичког садржаја

У оквиру анализираног корпуса идентификован је велики број мимова у којима не постоји рестрикција у виду обавезног сликовног макроа, али пропатни текст прати одређену форму. Издвојили смо два типа оваквих мимова – Викторијанске мачке и ЛолМачке. Једну групу чине мимови у којима се интенционално мењају граматичка и ортографска правила енглеског језика зарад постизања ефекта хумора. Наиме, постоји засебна интернет презентација (видети изворе), у оквирима које се објављују, праве и деле мимови овог типа. Говор који „користе мачке“ у овим мимовима назива се Лолговор (*Lolspeak*⁶, наш превод). С друге стране, друга група мимова са детерминисаним језичким садржајем користи несклад који ствара упаривање слике мачке (или мачака) са говором у стилу викторијанског доба:

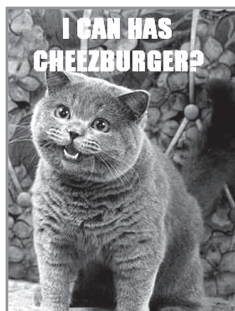


Слика 13: Викторијанске мачке

6 Скраћеница лол потиче од енглеског *LOL (laughing out loud)* и указује на смешан садржај, односно реакцију на исти.

Примери приказани на Слици 13 представљају мимове у којима се за постизање ефекта хумора користи однос слике и текста, и то увек на исти начин – слике приказују мачке, неретко свечано и/или формално „обучене“, док текст има веома изражено стилистичко и тематско значење јер садржи конструкције и лексику која одговара формалном регистру, и то архаичном. Неретко је и експликатура текста сама по себи смешна, међутим, ова врста мимова највише се ослања на неслагање регистра и чињенице да су у питању мачке.⁷ Стилистичко и тематско значење у наведеним примерима огледа се у изразима попут *for we are but, mother cares not, tis, fetch, whilst* и др. Употреба наведених израза не утиче на основну експликатуру, већ условљава промену ситуационог оквира и доприноси генерисању позитивних не-пропозиционих ефеката који повећавају релеванцију исказа. Могуће је и да додатно стилистичко значење језичког садржаја генерише и слебе импликатуре које се тичу статуса и/или понашања мачака и њиховог „положаја у друштву“.

С друге стране, о мимовима ЛолМачке доста се писало и истраживало. Говор коришћен у овим мимовима поседује своја граматичка и фонетска правила и неки истраживачи (Лефлер 2011) сматрају да утиче на промене у енглеском језику, јер интернет и садржаји који се деле и постају популарни имају утицај на ток еволуције енглеског језика (Кристал 2006: 26–27). Говор који се користи у наведеним мимовима зове се Лолговор (*Lolspeak*, наш превод) и релеванција се постиже на сличан начин као у оквиру мимова о викторијанским мачкама. Разлика је у томе што је ситуациони оквир другачији – нема неконгруенције текста и слике и мачке су приказане у позитивном светлу, као симпатичне, неспретне, љубопитљиве и сл.



Слика 14: Прва ЛолМачка

7 Иако, можемо приметити, има и примера у којима се постиже додатни слој хумора неконгруенцијом онога што слика приказује и језички кодираног садржаја, као што је пример са две евидентно добро ухрањене мачке које траже храну и жале се да су „кост и кожа“. Поред тога, има и примера где долази до промене ситуационог оквира – нпр. мим у којем мачка тражи власнику да је узме у крило активира ситуациони оквир где се очекивање релеванције тражи у смеру који је повезан са мажењем/чешкањем и сл., док други део текста условљава промену ситуационог оквира и поново, као што је био случај у примерима са *Grumpy Cat* мимовима, активира се ситуациони оквир односа власника и мачке, у ком је мачка доминантан учесник и показује негативне емоције и ставове према власнику.

Слика 14 приказује прву ЛолМачку (*LolCat*, наш превод) и већ се овде могу уочити неке од особености Лолговора. Наиме, видимо да се за питање користи потврдан ред речи и облик за треће лице јединине у првом лицу јединине (*has*). Бројне су особености овог засебног онлајн дијалекта (видети Лефлер 2011) које овде нећемо засебно наводити јер нису циљ рада. Нама је овде фокус анализа интерпретативног оквира и процеса, те која је улога детерминисаног облика језичког садржаја, као што је био случај са мимовима са викторијанским мачкама.



Слика 15



Слика 16



Слика 17



Слика 18



Слика 19



Слика 20

У примерима 15–20 слике мачака су разноврсне и приказују их у различитим ситуацијама. Пропратни текст одликује се углавном ортографским изменама (*trubble* (Слика 15), *kittehs* (Слика 16), *windoze*, *nayberz* (Слика 17), *mah* (Слика 18), *halp* (Слика 19) *wez* (Слика 20) и др.) и граматичким неправилностима (*I has a bag*, *they be stealin'* (Слика 18), *i r not* (Слика 19), *wez hav it* (Слика 20)). Улога коју овакав језички садржај има јесте генерисање импликатура које се тичу приказивања мачака као симпатичних и језички недовољно компетентних „саговорника“. Такође, Лолговор доприноси позитивним не-пропозиционим ефектима у смислу изазивања емоција. Ова врста говора почела је да се користи и на разноразним форумима и постаје све заступљенија на интернету. Неки чак сматрају да је Лолговор сличан пизинима, али, ипак, овај говор сврстава се уз друге говоре друштвених мрежа – Нетговор (*Netspeak*),

Текстговор (*textspeak*) и чатговор (*chatspeak*), који се називају још и поп-ортографија (Лефлер 2011).

3.3. Мимови у слободном стилу

Поред наведених мимова који приказују мачке, а имају неку врсту детерминисаног садржаја (сликовни макро или рестрикције које се тичу текста), огроман је број „слободних“ мимова о мачкама, у којима се мачке приказују на веома различите начине (у позитивно и негативном контексту) и хумор се постиже како променом ситуационог оквира, тако и променом дискурзивног оквира. Овде ћемо издвојити неколико примера као илустрацију, јер би озбиљнија и опширнија анализа ових мимова била тема за засебан рад:



Слика 21



Слика 22



Слика 23



Слика 24



Слика 25

Као што видимо, што се слика тиче, нема рестриктивних правила – разликују се од мима до мима и могу бити фотографије или цртежи, а начини постизања релеванције, односно ефекта хумора, су разноврсни. Неретко се за интерпретацију ових мимова мора активирати и

културолошки контекст. На пример, ситуациони оквир на Слици 1 јесте стереотип о мачкама као о не тако пријатељски настројеним, које уништавају (гребу и обарају) ствари по кући, али које траже пажњу од људи. У овом конкретном примеру, интерпретација првог дела текста (*обори шољу, не бокал за кафу*) активира контекстуалну претпоставку да мачке ипак не желе да праве велику штету, рецимо. Међутим, други део текста (*иш си љулки креиш, не варварин*) упућује на другачију интерпретацију, интерпретацију којој доприноси и сликовни контекст, као и текст на дну слике (*обука за мачке*) – мачке су лукаве и промишљене и свесно манипулишу људима. Поред тога, ефекат хумора постиже се и употребом лексике и конструкција које су карактеристичне за одређени регистар. То је приметније у миму на Слици 24, где се издваја стилистичко значење формалног регистра – *very sorry to bother you, require your assistance, contents* и др. Јака импликатура самог језичког садржаја јесте да мачка жели да јој власник помогне тако што ће, рецимо, забранити псу да једе оно што се налази у њеној кутији за песак, али стилистичко значење тог језичког садржаја генерише додатне интерпретативне слојеве – на пример, да је мачка речита и интелигентна, док је пас глуп и сл.

Већ поменути стереотип о мачкама као о не тако пријатељски настројеним бићима појачан је у мимовима на Сликама 23 и 25. У оба случаја сликовни контекст је намргођена/љута мачка и у оба случаја текст је у складу са сликовним контекстом. У примеру на Слици 23 језички садржај није посебно стилистички обојен, мада се може упоредити са говором типичних зликоваца, и намеравања интерпретација јесте да мачка има намеру да освоји цео свет. Неконгруенција проистиче из интерпретације првог дела текста која упућује на мали подухват, и где би експликатура била говорник (мачка) [he] прво [ухватити црвену] тачку, где се концепт тачка сужава и значи [црвена тачка од ласера који често служи за играње са мачкама]. Код мима на Слици 25 јака импликатура јесте да саговорник (онај коме се мачка обраћа) не може да седне јер мачка није задовољна његовим учинком (посуда за храну и воду није потпуно пуна и песак није очишћен). Додатне слабе импликатуре могу бити да је мачка веома захтевна, воли да шефује, власник је слуша без поговора и сл.

Поред мимова у којима су мачке приказане као непријатељски настројене, бројни су и они где су приказане као љупке и симпатичне (као што смо видели у оквиру примера за Лолмачке). Пример тога је мим на Слици 22. Први део текста заједно са сликовним контекстом (сликовном експликатуром) успоставља ситуациони оквир мачке у замци/невољи. Други део текста поиграва се са процесом раздвозначавања израза *booby trap*, који значи *замка/клопка*, и то је прва доступна интерпретација. Међутим, сликовни контекст упућује на алтернативну интерпретацију где се активира и друго значење речи *booby* јер је на слици приказан брустхалтер (у који се мачка уплела). Сматрамо да је овде посебно интересантно да су обе интерпретације наведеног израза присутне и

доприносе релеванцији и ефекту хумора. Дакле, овде није случај да се прва интерпретација којој прималац поруке приступа одбацује, већ се само додаје друга, једнако релевантна, интерпретација.

4. Закључак: мачке и епидемиологија репрезентација

Као што смо нагостили у уводном делу рада, мачке су веома заступљене у интернет комуникацији неинформативног типа. Наша анализа корпуса од преко 200 мимова о мачкама упућује на два важна закључка. Прво, у испитиваним мимовима јесу заступљени разноврсни облици хумора, те се не-пропозициони ефекат показао веома битним. Поред поигравања са ситуационим и дискурзивним оквиром, релеванција ових мимова огледа се и у генерисању јаких и слабих импликатура, као и позитивног не-пропозиционог ефекта. Ови ефекти нису нужно везани за емоције према мачкама, већ представљају оне уобичајене за комуникацију у оквиру група (зближавање и солидарност, културолошка специфичност потребна за обраду информација и заједничка свест о вредностима), уз напомену да су конзументи мимова који су предмет наше анализе веома велике групе на глобалном нивоу. Ово упућује на универзалност ових позитивних ефеката на једном глобалном нивоу.

Други битан аспект на који указује наша анализа јесте да су мачке заступљене у свим облицима и видовима комуникације мимовима – са сликовним макроом, са детерминисаним језичким садржајем или у слободном стилу. И не само то, поједини аспекти ове „мачкомуникације“ (као што је Лолговор) преносе се и у друге видове интернет интеракције, па чак и усмене комуникације (Лефлер 2011). Колико смо ми упознати са платформама за израду, преглед и дељење мимова, мачке су најзаступљеније у смислу да их на сваком порталу има, али и да постоје платформе посвећене искључиво мимовима који фигурирају мачке.

Сматрамо да је ово битно зато што указује на одређену тенденцију људске когниције да користи мачке како за имитирање тако за ширење и преношење информација – баш као гени. Блејкмор (2001) сматра да су се мимови као еволутивни репликатори појавили у људској еволуцији када су наши преци постали способни за имитацију. Од тог тренутка мимови и гени заједно еволуирају, што доводи до развоја великог мозга нарочито способног за копирање одређених мимова – оних успешнијих од других. Интернет мимови се могу сматрати модерним огранком мимова, и велика тенденција ка копирању, имитирању и умножавању одређене врсте садржаја може бити индикатор успешности и важности датих садржаја за људску врсту.

Како су људи масовни произвођачи, преносници и конзументи информација, сами категоризују своје когнитивне домene до те мере да културолошке домene треба издвојити као посебну врсту; својим деловањем мењају своју околину брзином коју природна селекција не

може да прати, те се може сматрати да сваки ментални домен укључује и велики број културолошких информација (Спербер 1994: 53–54). Спербер (1994) предлаже да се културом треба бавити из позиције једне природњачке науке, и то назива епидемиологијом репрезентација (*epidemiology of representations*). Овај приступ треба да објасни зашто су одређене репрезентације успешније од других и најважнијим фактором сматра релеванцију (која је независна од контекста, односно која је одржива у ширем контексту), те информације које обогаћују или су контрадикторне основним модуларним уверењима имају већу шансу (Спербер 1994: 55). Која је, онда, релеванција мачака?

Још од времена старог Египта постоји својеврстан култ мачке као предмета обожавања и дивљења. Од тада па до данас конотативно значење ове лексеме се мењало, а и данас зависи од културолошке средине и корисника језика. Тако се на мачку гледа као на биће ноћи које је део фолклорне традиције, спретну животињу, биће које има неискрену и изопачену нарав, често је предмет песничког и естетског узбуђења и у многим културама се доводи у везу са привлачним изгледом (Новокмет 2016). Да ли су интернет мимови о мачкама један од облика културолошки обојене репрезентације мачака? И како је онда одржива дихотомија представљања мачака као непријатељски настројених и као неодољиво симпатичних створења?

Епидемиологија репрезентација подразумева постојање метарепрезентационог модула (*metarepresentational module*) који се развио услед напретка и усложњавања комуникације и већина информација са интересантном „епидемиолошком позадином“ постаје делом људске когниције управо путем овог модула (Спербер 1994: 61). Највећи део комуницираног садржаја смешта се у релевантне модуле, те се оно што нам је речено о мачкама и оно што о њима перцепирамо чулима интегрише у репрезентацију која садржи концепт мачка. Међутим, сада те информације постоје и као репрезентација мачака којом управља концептуални модул нижег реда и као репрезентација репрезентације (метарепрезентација) мачака којом управља метарепрезентациони модул вишег реда (Спербер 1994: 61). Овај модул вишег реда не зна ништа о мачкама, али може имати способност да процени валидност одређених инференција, релативну уверљивост контрадикторних убеђења и сл. Стога, метарепрезентациони модул може формирати или прихватити убеђења о мачкама из разлога који немају никакве везе са интуитивним знањем у оквиру модула нижег реда, мачке. Управо метарепрезентациони модул омогућава дуалност уверења и културолошку заразу одређеним информацијама (Спербер 1994: 62). Иако наша анализа упућује на велики значај мачака у имитирању, стварању и ширењу информација, као и на њихову заступљеност у метарепрезентационом модулу, питање зашто су мачке толико релевантне за људски модуларни ум, за сада, остаје отворено.

Литература:

- Бигајло 2013: М. Biegajło, Yus's and Jodłowiec's relevance-theoretic approaches to jokes: a critical comparison, *ANGLICA-An International Journal of English Studies*, 22(2), 87–99.
- Блејкмор 1999: S. Blakemore, *The Meme Machine*. Oxford: Oxford University Press.
- Блејкмор 2001: S. Blackmore, Evolution and memes: The human brain as a selective imitation device, *Cybernetics & Systems*, 32(1–2), 225–255.
- Докинс 1976: R. Dawkins, *The Selfish Gene*, Oxford: Oxford University Press.
- Јус 2017а: F. Yus, Relevance-theoretic treatments of humor. *The Routledge handbook of language and humor*, 189–203.
- Јус 2017б: F. Yus, Incongruity-resolution cases in jokes, *Lingua*, 197, 103–122.
- Јус 2018а: F. Yus, Identity-related issues in meme communication, *Internet Pragmatics*, 1(1), 113–133.
- Јус 2018б: F. Yus, Positive non-humorous effects of humor on the Internet, in: V. Tsakona and J. Chovanec (eds.), *The Dynamics of Interactional Humor. Creating and Negotiating Humor in Everyday Encounters*, John Benjamins Publishing Company, 283–303.
- Карстон 2002: R. Carston, *Thoughts and Utterances: The Pragmatics of Explicit Communication*, New Jersey: John Wiley & Sons.
- Кристал 2006: D. Crystal, *Language and the Internet*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Лефлер 2011: J. Lefler, *I can has thesis? A linguistic analysis of lolpeak*, Master thesis. Louisiana State University.
- Милтнер 2014: K. Miltner, "There's no place for lulz on LOLCats": The role of genre, gender, and group identity in the interpretation and enjoyment of an Internet meme, *First Monday*, 19(8).
- Новокмет 2016: С. Б. Новокмет, *Семантичка анализа лексема које означавају животиње у савременом српском језику*, Докторска дисертација, Универзитет у Београду, Филолошки факултет.
- Спербер 1994: D. Sperber, The modularity of thought and the epidemiology of representations, in: L.A. Hirschfeld and S.A. Gelman (eds.), *Mapping the Mind: Domain Specificity in Cognition and Culture*, Cambridge University Press, 39–67.
- Спербер и Вилсон 1986: D. Sperber, D. Wilson, *Relevance: Communication and Cognition*, Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Форсвил 2014: C. Forceville, Relevance Theory as model for analysing visual and multimodal communication, *Visual communication*, 4, 51–70.
- Форсвил и Кларк 2014: C. Forceville, B. Clark, Can pictures have explicatures?, *Linguagem em (Dis) curso*, 14(3), 451–472.

Извори:

- ЛолМачке: <https://icanhas.cheezburger.com/lolcats>
- Пинтерест: <https://www.pinterest.com/>
- Фејсбук: <https://www.facebook.com/pg/CatMemes/>
- Генератор мимова: <https://imgflip.com/memegenerator/>
- (Упо)знај мимове: <https://knowyourmeme.com/>
- Брзи мим: <http://www.quickmeme.com/>

ANALYSIS OF POPULAR INTERNET MEMES ABOUT CATS – ACHIEVING HUMOROUS EFFECTS AND THE IMPORTANCE OF CATS

Summary

Relevance theory is a cognitive pragmatic approach to communication. Within this framework we aim to analyze some popular Internet memes that feature cats and examine how the humorous effects are achieved in the search of relevance. Since memes are a specific kind of communication, interpretation of which relies heavily on cultural and social context, as well as background knowledge on globally accepted stereotypes, we expect that humorous effects will be found on both explicit and implicit level of communication.

The objective of the paper is also to examine potential affective attitudes that are ostensibly communicated. On the other hand, non-intended non-propositional effects refer to the feelings and emotions that are not ostensibly communicated, while in the context of mass communication they are closely related to the bonding within groups and solidarity.

The corpus consists of various memes that feature cats divided into three groups – image macro memes, memes with restricted forms of linguistic content and freestyle memes. The analysis of the content of the memes supports the theory of epidemiology of representations, within which imitation is considered as a borderline case, not as a norm.

Key words: relevance theory, Internet memes about cats, cyberpragmatics, humor, disambiguation, incongruity resolution.

*Nina Manojlović
Anica Radosavljević Kršmanović*

Филолошко-уметнички факултет
Крагујевац

**МАЧКЕ: ЕКО(ПО)ЕТИКА
У КЊИЖЕВНОСТИ,
ЈЕЗИКУ И УМЕТНОСТИ**

Лектура и коректура
др Бојана Вељовић, доцент

За издавача
мр Зоран Комадина, редовни професор
декан Филолошко-уметничког факултета

Технички уредник
Стефан Секулић

Прелом и припрема за штампу
Ивана Тодоровић

Штампа
Филолошко-уметнички факултет
Крагујевац

Тираж
150

ISBN
978-86-80796-81-9