

# **RAZISKOVANJE MEMOV (VPLIV)**

Računalništvo in informatika

RAZISKOVALNA NALOGA

**Rafko Snoj**

**Marko Vodopivec**

**Gašper Ribič**

**9. razred**

Mentor: Aleš Drinovec

Ljubljana, 2024

**Osnovna šola n. h. Maksa Pečarja Ljubljana Črnuče**

## **Kazalo**

1	POVZETEK .....	4
2	UVOD.....	5
2.1	Splošno o področju raziskave .....	5
2.2	Namen naše raziskave .....	5
2.3	Hipoteza.....	5
2.4	Struktura naloge.....	5
3	TEORETIČNI DEL.....	6
3.1	Zgodovina memov .....	6
3.1.1	Evolucija memov .....	6
3.1.2	Starodavni izvor in ustno izročilo.....	6
3.1.3	Tiskarska kultura in množični mediji .....	7
3.1.4	Vzpon internetne kulture .....	7
3.1.5	Memi v sodobni družbi.....	7
3.1.6	Kulturni vpliv na splet prevzame 2000-a .....	8
3.1.7	Digitalni memi in virusni fenomeni .....	10
3.1.8	Kako so se memi razvili .....	11
3.2	Memi v družbi .....	12
3.2.1	Zakaj imamo tako radi meme .....	12
3.2.2	Memi v komunikaciji .....	13
3.2.3	Ustvarjanje memov.....	13
3.2.4	Negativni vplivi memov .....	14
4	EKSPERIMENTALNI DEL .....	14
4.1	METODE IN MATERIALI/METODOLOGIJA .....	14
5	REZULTATI .....	15
5.1	Rezultati ankete .....	15
5.1.1	Splošni podatki o vprašanih.....	15
5.1.2	Rezultati vprašanj o memih .....	17
5.1.3	Ocene smešnosti memov .....	19
5.1.4	Vprašanja o povezanosti memov z ljudmi.....	23
5.2	Za konec .....	25
6	RAZPRAVA.....	26
6.1	Rezultati ankete .....	26
6.2	Vprašanja, ki so se še odprla .....	26
7	LITERATURA IN VIRI.....	27

## **Kazalo slik**

Slika 1: Primer mema .....	13
Slika 2: Primer mema .....	14
Slika 3: Tortni diagram razporeditve po spolu .....	15
Slika 4: Tortni diagram razporeditve po starosti .....	16
Slika 5: Tortni diagram razporeditve po dnevnem času na zaslonu. ....	16
Slika 6: Graf številčne porazdelitve omrežij, ki jih uporabljajo vprašanci. ....	17
Slika 7: Graf številčne porazdelitve naprav, ki jih vprašanci uporabljajo.....	17
Slika 8: Tortni diagram odgovora na vprašanje »Ali veš kaj je meme?« .....	18
Slika 9: Primer mema iz ankete, št. 1 .....	18
Slika 10: Tortni diagram odgovora na vprašanje »Kako se imenuje naslednji meme?«.....	19
Slika 11: Primer mema iz ankete, št. 2. ....	19
Slika 12: Graf ocene mema št. 2 .....	20
Slika 13: Primer mema iz ankete, št. 3 .....	20
Slika 14: Graf ocene mema št. 3.....	20
Slika 15: Primer mema iz ankete, št. 4. ....	21
Slika 16: Graf ocene mema št. 4.....	21
Slika 17: Primer mema iz ankete, št. 5. ....	21
Slika 18: Graf ocen mema št. 5.....	22
Slika 19: Primer mema iz ankete, št. 6. ....	22
Slika 20: Graf ocene mema št. 6 .....	22
Slika 21: Primer mema iz ankete, št. 7. ....	23
Slika 22: Graf ocene mema št. 7.....	23
Slika 23: Primer mema iz ankete, št. 8. ....	23
Slika 24: Tortni diagram odgovora na vprašanje o memu št. 8.....	24
Slika 25: Primer mema iz ankete, št. 9. ....	24
Slika 26: Tortni diagram odgovora na vprašanje o memu št. 9.....	24
Slika 27: Tortni diagram odgovora na vprašanje »Koliko ste se nasmejali pri anketi?« ....	25
Slika 28: Tortni diagram odgovora na vprašanje »Kaj mislite, kako memi vplivajo na vaše počutje?«.....	25

## **1 POVZETEK**

Zadnje čase vse pogosteje na internetu videvamo tako imenovane meme, malo ljudi pa dejansko ve, kako vplivajo na nas, naše počutje, celotno družbo in iz česa so se sploh razvili. To raziskovalno nalogo smo ustvarili, da bi ugotovili, kako memi vplivajo na nas in iz česa so se razvili.

Naša raziskovalna naloga je razdeljena na dva dela – na teoretični del, kjer predstavimo dejstva o memih, ki so jih odkrili že drugi raziskovalci pred nami, in celotno zgodovino, kako so nastali, ter na praktični del, kjer sestavimo anketo o memih in analiziramo ter razložimo njene rezultate.

Pri veliki večini raziskovalnih nalog so uporabljeni tudi pisni viri oziroma knjige, mi pa smo imeli pri naši nalogi tako omejitve, da teh virov nismo imeli, saj o našem področju ni napisane še nobene strokovne knjige.

**KLJUČNE BESEDE:** mem, smešne slike, humor, viralnost

## **2 UVOD**

### **2.1 SPLOŠNO O PODROČJU RAZISKAVE**

Meme poznamo kot kratke (okoli 7-sekundne) smešne videoposnetke, ki so zelo popularni po celem svetu. Razvili so se iz smešnih slik, ki so jih delali ustvarjalci na internetu, da bi se zaposlili in zabavali. Oblikuje jih lahko vsak človek, ki ima vsaj malo časa in mobilno napravo. V memih so najpogostejše teme problemi v partnerski zvezi, konflikti med staršem in otrokom, med otrokom in učiteljem, stereotipi o državah in njihovih navadah, politika, šola. Poleg tega pa so v memih lahko tudi trendi iz obdobja, ko so bili ustvarjeni (npr.: Rickroll meme\*, LOLcats\*...).

### **2.2 NAMEN NAŠE RAZISKAVE**

Raziskavo smo začeli z namenom, da ugotovimo, kako gledanje memov vpliva na počutje ljudi in kako nam to pomaga v vsakdanjiku, ter da bi raziskali, kako so se memi razvili. Za to temo smo se odločili tudi zato, ker so memi del vsakdanjika večine ljudi, ampak o tem, kako to na nas vpliva, ne vemo prav veliko.

### **2.3 HIPOTEZA**

Iz podatkov, ki jih že imamo, domnevamo, da so memi znani mlajšim ljudem, medtem ko so večini starejšim neznani. Domnevamo tudi, da se je večina ljudi že srečala z situacijami v memih, ki smo jih predstavili v anketi.

### **2.4 STRUKTURA NALOGE**

V prvem delu naloge (teoretični del) so predstavljeni že znani podatki o vplivu memov na ljudi in o zgodovini memov, ki smo jih pridobili iz raziskovanja drugih ljudi, iz člankov na internetu in iz izobraževalnega dokumentarca o internetu. V drugem, eksperimentalnem delu naloge pa predstavimo našo anketo in rezultate, ki nam jih je pokazala. V zaključku pa še analiziramo rezultate in razložimo njihov pomen.

## **3 TEORETIČNI DEL**

### **3.1 ZGODOVINA MEMOV**

#### **3.1.1 Evolucija memov**

V obsežni pokrajini človeške komunikacije so memi edinstveni kulturni artefakti, ki so se skozi čas močno razvili. Od starodavnih simbolov in ustnih izročil do sodobnih digitalnih izrazov so memi prečkali stoletja in se prilagajali spremembam v tehnologiji, družbi in človeški ustvarjalnosti. Ta esej raziskuje bogato zgodovino memov in sledi njihovemu evolucijskemu potovanju od antike do ospredja sodobne digitalne kulture.

#### **3.1.2 Starodavni izvor in ustno izročilo**

Koncept memov najde svoje najzgodnejše korenine v starodavnih praksah pripovedovanja zgodb, folklori in vizualni simboliki. Pred prihodom pisnega jezika so se ljudje za prenos znanja, prepričanj in kulturnih vrednot med generacijami zanašali na ustno komunikacijo. Memi so v obliki nepozabnih anekdot, ikoničnih simbolov in privlačnih besednih zvez služili kot nosilci kulturnega prenosa, ki so utelešali kolektivno modrost in identiteto družb.

V starih civilizacijah, kot so Egipt, Grčija in Mezopotamija, so bili miti, legende in verski obredi prežeti s simboličnimi podobami in pripovednimi motivi, ki so globoko odmevali pri občinstvu. Na te kulturne artefakte lahko gledamo kot na zgodnje manifestacije kulture memov, saj so jih delile, prilagajale in reinterpreterirale zaporedne generacije ter oblikovale kulturno krajino svojih družb.

Besedo meme je skoval [6] Richard Dawkins v svoji knjigi *The Selfish Gene* leta 1976 kot poskus pojasnitve, kako se vidiki kulture razmnožujejo, mutirajo in razvijajo (memetika). Emotikoni so med prvimi primeri internetnih memov, zlasti smešni emotikon ":-)", ki ga je leta 1982 predstavil Scott Fahlman. Koncept memov v spletnem kontekstu je bil formalno predlagan s strani Mika Godwina v juniju 1993 v reviji *Wired*. Internetni memi pustijo sled v medijih, skozi katere se širijo (na primer, socialna omrežja), ki jih naredi sledljive in analizabilne.

Vendar pa, preden so bili internetni memi resno akademsko obravnavani, so bili sprva kolokvialna referenca na humorno vizualno komunikacijo na spletu od sredine do konca 90. let med internetnimi prebivalci; primeri teh zgodnjih internetnih memov so vključevali Plesočega dojenčka [1] in Ples hrošča. Memi tistega časa so se širili predvsem preko spletnih

forumov, Usenet skupin in elektronske pošte ter so praviloma trajali dlje časa kot sodobni memi.

Kot so se razvijali internetni protokoli, so se razvijali tudi memi. Druge zgodnje oblike slikovnih memov so vključevale demotivatorje (parodirane motivacijske plakate), fotografije, komike (npr. besedilne komike) in umetnost oboževalcev animeja, včasih izdelane s strani doujin krogov v različnih državah. Po izidu YouTube leta 2005 so se pojavili video memi, kot sta Rickrolling in viralni videi, kot so "Gangnam Style" in Harlem Shake. Pojav socialnih medijev, kot so Twitter, Facebook in Instagram, je zagotovil dodatne medije za širjenje memov in ustvarjanje spletnih mest za generiranje memov je njihovo produkcijo naredilo bolj dostopno.

### **3.1.3 Tiskarska kultura in množični mediji**

Izum tiskarskega stroja v 15. stoletju je pomenil pomemben mejnik v evoluciji memov, saj je omogočil množično proizvodnjo in razširjanje tiskanih materialov. Politične karikature, satirični pamfleti in karikature so postale močna orodja za družbene komentarje in kulturno kritiko ter širijo ideje in mnenja daleč naokoli. Tiskarska kultura je postavila temelje za širjenje memov v moderni dobi in postavila temelje za njihovo integracijo v množične medije in popularno kulturo.

### **3.1.4 Vzpon internetne kulture**

Pojav interneta v poznem 20. stoletju je uvedel novo dobo kulture memov, za katero je značilno hitro ustvarjanje, deljenje in remiksiranje digitalnih vsebin. Spletne skupnosti, forumi in platforme družbenih medijev so predstavljali plodna tla za gojenje memov, saj so spodbujali participativno kulturo, kjer so se uporabniki lahko vključili v sodelovalno ustvarjalnost in kulturno izmenjavo. Memi so se razvili iz statičnih slik in besedilnih makrov v dinamične večpredstavnostne formate, ki odražajo različne interese in občutljivost internetnih uporabnikov po vsem svetu.

### **3.1.5 Memi v sodobni družbi**

Pojav platform družbenih medijev, kot so Facebook, Twitter in Instagram, je še pospešil širjenje memov, s čimer se je povečal njihov doseg in vpliv v sodobni družbi. Memi so postali vseprisotni del spletnega diskurza, oblikujejo javno mnenje, vplivajo na vedenje potrošnikov in celo vodijo politična gibanja. Platforme družbenih medijev so postale bojišča za memetično vojno, kjer so bili memi orožje za politične, ideološke in komercialne namene.

Memi so igrali ključno vlogo pri oblikovanju volilnih izidov, mobilizaciji družbenih gibanj in izzivanju tradicionalnih medijskih pripovedi, s čimer so pokazali moč internetne kulture pri oblikovanju poteka zgodovine.

"Dank memi" so bolj nedavni pojav, fraza pa je dosegla mainstream odmevnost okoli leta 2014 in se nanaša na namerno čudne ali čudne memije z značilnostmi, kot so prenasičene barve, artefakti stiskanja, surov humor in izjemno glasni zvoki (imenovani "uho posilstvo"). Izraz "dank", ki se nanaša na hladna, vlažna mesta, je bil prilagojen kot način opisovanja memov kot "novih" ali "kul". Izraz se lahko uporablja tudi za opis memov, ki so postali preveč obrabljeni in zastareli do točke, ko postanejo paradoksalno spet smešni. Pojav dank memov je povzročil podkulturo, imenovano "meme trg", ki posnema Wall Street in uporablja povezani žargon (kot so "zaloge") za internetne memije. Sprva začeto na Redditu kot /r/MemeEconomy, uporabniki šaljivo "kupujejo" ali "prodajajo" delnice v memu, kar odraža mnenje o njegovi potencialni priljubljenosti.

Številni sodobni memi uporabljajo humoristično absurdne in celo surrealistične motive. Primeri prvega vključujejo "opravili so operacijo na grozdju", video, ki prikazuje Da Vinci Surgical System pri testni operaciji na grozdju, in "molj mem", povečana slika molja s podnapisi, ki humoristično izražajo ljubezen žuželke do svetilke. Surrealni memi vključujejo plasti ironije, da postanejo edinstveni in nerazumljivi, pogosto kot sredstvo za pobeg iz mainstream memeske kulture.

### **3.1.6 Kulturni vpliv na splet prevzame 2000-a**

Ko so se razvijala ta socialna omrežja, so se začele razvijati tudi serije anonimnih spletnih skupnosti. Med leti 2003 in 2007 smo videli vzpon 4chana, Reddita in Tumblra. Te spletne skupnosti so se povezale prek skupnega zanimanja za videoigre, glasbo, televizijske oddaje, drame, zgodbe o razmerjih, socialno kritiko in različne druge oblike popularne kulture, ki so bile pogosto obrobne. Pojav teh javnih in anonimnih platform za družbene medije je na način, ki ga v zgodovini še nikoli nismo opazili, posegel v človeško psiho in to smo takoj opazili. Ljudje so postali "odvisni od svojih naprav", kot so zatrjevali naslovi. Enako kot so se otroci v šoli nekoč sporazumevali med seboj z listki, so telefoni in računalniki postali tajni jezikovni medij za prenos informacij. Glasba se je spremenila iz CD-ja, za katerega je bilo treba imeti denar, v datoteko, ki jo je bilo mogoče nezakonito piratizirati na spletnih mestih, kot je bil Limewire. Skoraj trenutno je nastala generacijska vrzel med večino starejših in mlajših ljudi pri razumevanju in uporabi te nove tehnologije.



Da bi sledili potrošniškim zahtevam okoli leta 2010, smo opazili, da so postali kulturni agregatorji in kuratorji memov bolj izstopajoči, kot je na primer BuzzFeed, ki je sledil viralnim vsebinam, populariziral seznamke in ustvaril platformo, osredotočeno na deljenje vsebin namesto ogledov. Do takrat je bilo milijone ljudi, ki so bili že leta na spletu, in opazili smo opazne razpoke, kjer je večina množic še naprej sledila trendom, kot je preskok iz Xanga na Myspace do Facebooka, medtem ko je ta mainstreaming potisnil določene podskupine globlje v spletno kulturo. To je nato populariziralo strani, kot so YouTube, 4chan, Reddit in Tumblr, saj so se napolnili z uporabniki, ki so raziskovali globoko spletno mrežo v poskusu pobega iz mainstreama. Ko imaš vse večje število ljudi, ki so vključeni v karkoli, se bo to zgodilo. Ta razcep je začel ponovno opredeljevati ločevanje med javnimi in anonimnimi družbenimi spletnimi mesti. Bolj kot je nekaj specifično, bolj je dojemljivo za hladno in bolj posebno, zato je velik del priljubljene spletne kulture izpeljan iz teh globljih spletnih skupnosti.

Ko so se te sociološke in psihološke spremembe začele odražati v družbi, predvsem med mladimi, so bile potrebne nove prilagoditve za obvladovanje kaosa. Ni bilo izobraževanja ali raziskane metodologije, ki bi pomagala asimilirati kogar koli v te novo integrirane svetove. Bolj kot so bili vsi zmedeni, izolirani, zaskrbljeni in preobremenjeni, bolj so se zatekali k memom kot načinu za vzpostavljanje odnosov med seboj s humorjem, absurdnostjo in ironijo. Odpravljanje širšega problema zdravstvenega varstva v družbi, celo omenjanje težav z duševnim zdravjem, ki jih povečujejo družabni mediji, je vedno bilo skoraj nemogoče, še posebej za otroke. Kako nekomu pojasniti, da imaš kul telefon, tona prijateljev na spletu in dostop do vseh informacij na svetu, pa si še vedno osamljen? Ali depresiven? Ali tesnoben? Omenjanje teh vrst težav je bilo vedno stigmatizirano, a še posebej v dobi takojšnjega dostopa, kar ohranja držo "ne veš, kako dobro ga imaš" starejših generacij. Ta ločitev in te težave v kognitivnem razvoju skozi dobo družbenih medijev se še vedno ocenjujejo prek kliničnih študij, vendar ob naraščanju epidemije duševnih bolezni večina ljudi prizna, da obstaja močna stopnja povezanosti.

Nedavni mikroprimer tega je v svetu Instagrama, ki je postal sestavni del javnih identitet ljudi. Upabniki želijo biti del dojemanja na določen način, ki jih naredi srečne ali zabavne ali priljubljene. To je bilo opazno pri valu hipsterjev, ki se je po družbeni plati začel verjetno leta 2008, nato pa kot marketinški trend okoli leta 2010. Obdobje je poudarjalo "avtentičnost" in "naravnost", spodbujalo trende zdravja, ročnih obrti in vsega drugega. Bolj

ko je val pritiskal, bolj je ustvaril podvodni tok "finstagramov" (lažni Instagrami), ki so se začeli pojavljati okoli leta 2015. Finstagrami so bili prostori, kjer so ljudje lahko kurirali skrite vire, da bi ranljivo izražali sami sebe z norčevanjem, deljenjem memov in objavo neposrečenih slik, medtem ko so bili njihovi uradni Instagrami bolj prijazni in glamurozni.

V tem času so potekali povsem ločeni sociološki, ekonomski in geopolitični pogovori po vsem svetu, vključno s dogodki, kot so Y2K, 11. september in vojna proti terorizmu, novo ateistično gibanje, globalno segrevanje, finančna kriza leta 2007–2008, globalizacija, eksplozija tehnologije in tekma med Applom in Microsoftom in še veliko več. Ko sta se tehnologija in internet začela hitro integrirati, se je v kratkih časovnih obdobjih začelo premikati toliko stvari in ta masovna kompresija je v veliki meri odgovorna za reakcionarno gibanje meme/spletne kulture.

### **3.1.7 Digitalni memi in virusni fenomeni**

Eden najpogostejših načinov, kako se sodobni memi širijo, je prek viralnih videoposnetkov.[5] Pred YouTubeom so ljudje kopirali VHS-trakove in jih delili s svojo družino ali prijatelji. "Winnebago Man" je bil klasični viralni primer tega konec osemdesetih let. Leta 1996 je Michael Girard želel pokazati, da se gibanje lahko programira in projicira prek računalnikov, zato je oblikoval "Plesnega otroka", ki je bil končno pretvorjen v GIF in se je virusno širil. Dve leti kasneje smo videli spletno mesto Hamster Dance Deidre Lacarte, ki ga je v prvem letu obiskalo 17 milijonov ljudi. Ti tipi GIF-ov so se hitro razvijali. Mnogi se spominjajo ROFLcopterja, izraza, ki je izviral iz foruma Warcraft III za namene trolanja. Leta 2004 je bila registrirana spletna stran Roflcopter.com, ki je prikazovala GIF z okrajšavami ROFL in LOL kot rezila. To so nekateri najzgodnejši primeri animacij, ki so postale videoposnetki, ki so postali memi.

YouTube se je začel leta 2005, še posebej pa v letih 2006–07 s posnetki, kot so Leprauchan v Mobilu, Alabama, Zvezdni vojni fant, Evolucija plesa, Juggernaut, Powerthirst, Mačka na tipkovnici in RickRoll'D. Lahko bi trdili, da je YouTube najbolj zaslužen za eksplozijo memeske kulture. Ustvaril je prostor, kjer so ustvarjalci lahko zgradili svoje medijske kanale, prej nekaj nepredstavljivega. Če ste želeli zabavo, ste šli na televizijo ali v kino ali poslušali radio, zdaj pa je lahko karkoli ustvaril kdorkoli. Naenkrat so imeli milijoni ljudi, ki nikoli ne bi mogli izraziti svojih sposobnosti svetu, priložnost, da to storijo.

Ker se memi širijo prek familiarizacije, so kulturne mase pritegnile na YouTube. Med leti 2006–12 smo videli rojstvo nekaterih najbolj ikoničnih videoposnetkov vseh časov, kot so Čevlji, Charlie je ugriznil moj prst, Dvojna mavrica, Charliejev enorog, Skrij otroke, Vzemi Hobite v Isengard, Čokoladni dež, Največji izbruh jeze kdaj, David po zobozdravniku, Je čas arašidovega masla in petek Rebece Black, Grumpy Cat, "Winning" Charlieja Sheena in Cash Me Outside.

Številni menijo, da je bil Kony 2012 najbolj viralni video v zgodovini do tistega trenutka s 100.000.000 ogledi v 6 dneh, dokler ni nekaj mesecev pozneje izšel Gangnam Style, ki ga je presegel s 3.000.000.000 ogledi v 5 mesecih in ostal najbolj ogledani YouTube video, dokler Despacito ni dosegel 5.600.000.000 ogledov leta 2017. Viralni videoposnetki so ustvarili nekatere najbolj viralne in uporabljene meme po vsem svetu, ki so se sposobni preoblikovati, parodirati in spreminjati prek vsakega možnega medija.

### **3.1.8 Kako so se memi razvili**

Richard Dawkins je leta 1976 v svoji knjigi "The Selfish Gene" uporabil izraz "meme" kot sredstvo za pojasnitev, kako se informacije širijo po kulturi. Internetni memi so podskupina tega koncepta. S to strukturo je na voljo neskončno primerov, ki segajo celo v pre-internetno zgodovino in ustrezajo tej definiciji. Vzemimo za primer Kilroy Was Here, karikaturu, ki je med drugo svetovno vojno začela nenadoma nastajati po vsem svetu, večinoma v obliki grafitov. V 60.–70. letih se je podobno pojavil Frodo Lives, ki je začel nenadoma nastajati po vsej Ameriki kot del hipi gibanja v obliki grafitov, majic, nalepk za avtomobile itd. Do danes ljudje še vedno praznujejo 420 v kanabis kulturi, meme, ki je izviral leta 1971 med srednješolskimi študenti. Internetni detektivi so odkrili ogromno takšnih primerov, nekateri celo oživljajo, kot na primer poster Keep Calm and Carry On, ki ga je leta 1939 naročilo začasno Ministrstvo za informacije v Angliji, ali ta meme, ki ga je odkril yesterdays-print.com iz revije The Judge Magazine leta 1921, ki bi lahko bil prvi svoje vrste[4].

Kot je bilo že omenjeno, so mnogi prvi sodobno znani memi v resnici animacije, kot sta Plesni otrok in Ples hroščev, ustvarjene v devetdesetih letih.

Memi se niso ujeli le v videoposnetke ali slike, ampak tudi v fraze in umetnost. Primer pop kulture tega je preprosto Nicolas Cage. Know Your Meme navaja najzgodnejše memije Nicolasa Cagea do leta 2005, vključno z "Nicolas Cage Loves Mario Kart", "Cage Rampage" in drugimi. Leta 2009 je internet blagoslovil Tumblr stran Nicolas Cage As Everyone, blog,

izključno namenjen fotografiranju njegovega obraza na vseh. Slender Man, fiktivni nadnaravni lik, ustvarjen s strani uporabnika Something Awful Eric Knudsen, je bil letos prav tako predmet internetne folklore.

V letih 2008 in 2009 so memi prvič začeli prihajati iz globoke spletne kulture na glavno spletno kulturo, do let 2010–12, ko so resnično postali glavni tok. Izvori večine teh prvih priljubljenih memov segajo v zgodnja 2000-a ali celo v pozna 90-a leta. Primeri, kot so Kanye Interrupts, Rage Comics, Deal With It, One Does Not Simply Walk Into Mordor, Condescending Wonka, Success Kid, Philosoraptor, It's A Trap, Ancient Aliens, All Your Base Are Belong To Us, Scumbag Steve, Chuck Norris Facts, U Mad, The Most Interesting Man In The World, Hide The Pain Harold in Conspiracy Keanu, so bili med prvimi, ki so se širili prek platform, kot je Facebook. Skupaj s trendi na Tumblrju, kot je Nicolas Cage's Face On Things, so bili drugi leta 2012, ko je bloger Miryuu Chan objavil GIF Belle iz Lepotice in zveri z obrazom Nigel Thornberryja, kar je sprožilo novo viralno serijo, kjer je njen obraz postavil na Disneyjeve princeze in druge.

Noro bi bilo, če ne bi omenili tudi fenomena deljenja medijskih vsebin o hišnih ljubljencih. Simpatične živali in domače živali so bile deljene že od začetka interneta in v tem obdobju smo videli njihovo eksplozijo na vseh platformah, od Psa nasveta, Grumpy Cat, LOLCatsov do Dogeja in tako naprej. Ko so memi postali del vsakdanjega življenja, ni trajalo dolgo, preden so začeli sprožati interaktivna gibanja. Bili so pozitivni trendi, kot je The Ice Bucket Challenge, izziv igre, pri katerem ste morali čez glavo zliti vedro ledeno mrzle vode in nominirati ljudi za isti izziv v naslednjih 24 urah, in če so spodleteli, so morali prispevati denar za ALS (bolezen Lou Gehrig). Leta 2015 je #TheDress postal internetni širok spor prek objave na Tumblrju, kjer so ljudje izbirali strani, ali vidijo barve #BlackAndBlue ali #WhiteAndGold. In kdo bi pozabil na Harambeja? 17-letna gorila, ki je bila tragično ubita, potem ko je otrok padel v njegovo ogrado leta 2016, kar je svet spremenilo v legendo memov.

## **3.2 MEMI V DRUŽBI**

### **3.2.1 Zakaj imamo tako radi meme**

Že Prešeren je v prvi kitici Zdravljice zapisal, da te vino odreši vseh skrbi in v potrjih prsih up budi, zdaj pa imamo namesto vina meme. Torej glavni razlog za našo navezanost na meme je, da nas odrešijo težav realnega življenja, s katerimi se trenutno soočamo, to nam potrди tudi izrek Lole Tash »*V svetu, kjer beremo novice ure na dan, ti format mema pritegne*

*pozornost in večina memov je razumljiva in prebrana v parih sekundah.*« Poleg tega pa nas navdajo z občutkom, da dejansko spadamo v to družbo, ko vsebujejo situacije, ki so se vsem že kdaj zgodile (primer slika 1). So tudi zastoj oblika zabave in na voljo tudi, če nimaš veliko časa, saj vsak traja manj kot 10 sekund in jih lahko pogledaš toliko, kot ti časovno ustreza, za večino drugih stvari (npr.: hobiji, izleti, gledanje filmov ...) pa si moraš vzeti nekaj časa za izvedbo.



*Slika 1: Primer mema*

### **3.2.2 Memi v komunikaciji**

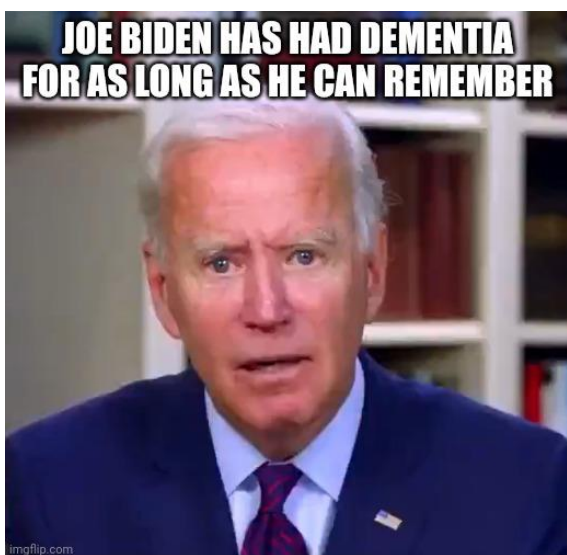
So dobra tema za začetek pogovora ali da sogovorca spraviš v smeh, lahko so tudi način, da z njimi nekomu razložiš določeno stvar na drugačen način, seveda pa se pogosto pojavljajo pri komunikaciji na internetu. So tudi način, da izrazimo težke stvari ali pa stvari, za katere preprosto ne najdemo besed.

### **3.2.3 Ustvarjanje memov**

Memi niso zabavni samo z vidika gledanja memov drugih ustvarjalcev, temveč so zabavni tudi z vidika ustvarjanja novih memov. Ustvarjanje memov je lahko tudi hobi, ki ne zahteva veliko časa in vsak ga lahko izvaja. Če nimaš telefona ali mobilne naprave, na kateri bi lahko to delal, pa je možnost tudi na listu papirja. Prednost izdelovnja memov je tudi, da če imaš srečo, lahko tvoj meme postane slaven.

### 3.2.4 Negativni vplivi memov

Memi pa niso samo dobri za ljudi, temveč imajo tudi slabo plat. [3] Ker se tako hitro širijo in imajo tako velik vpliv na obnašanje posameznika, se lahko tudi pozna v družbi. Največji vpliv memov je širjenje lažnih informacij in spreminjanje mnenja ljudi (npr.: mnenje o kandidatih na volitvah, slika 2). V poglavju o vplivu memov na ljudi smo omenili občutek povezanosti med ljudmi ob gledanju memov, ki pa je seveda lažen občutek in zato je toliko hujše, ko spoznaš, da ne spadaš ravno v vsako družbo in to pogosto vodi v depresijo. Poleg tega pa je vse več memov tudi o tragičnih dogodkih, ki jih memi naredijo smešne in zato tudi gledalci izgubljajo občutek in na tragične stvari pomislijo na smešen način s strani memov. Če pa pogledamo to s strani zasvojenosti, pa bi lahko rekli, da povzročajo tudi zasvojenost z ekrani in internetom. Ni pa samo zasvojenost. Ker so tako kratki, nam krajšajo čas pozornosti (npr.: ko imaš krajši čas pozornosti, je težko gledati daljše filme ali filme, ki so slabše kvalitete).



Slika 2: Primer mema

## 4 EKSPERIMENTALNI DEL

### 4.1 METODE IN MATERIALI/METODOLOGIJA

Za izdelovanje ankete smo uporabili program Microsoft forms. Pri anketi moramo omeniti, da obstaja možnost za napake, ki smo jo izračunali s kalkulatorjem za najmanjše vrednosti za odvzem vzorca [10]. Pri našem vzorcu je pokazal, da imamo pri rezultatih, ki smo jih pridobili, 85 % natančnost s 7 % možnosti napake. V anketo smo najprej dali vprašanja o starosti in spolu, potem so sledila vprašanja na način »Kako smešen se ti zdi naslednji

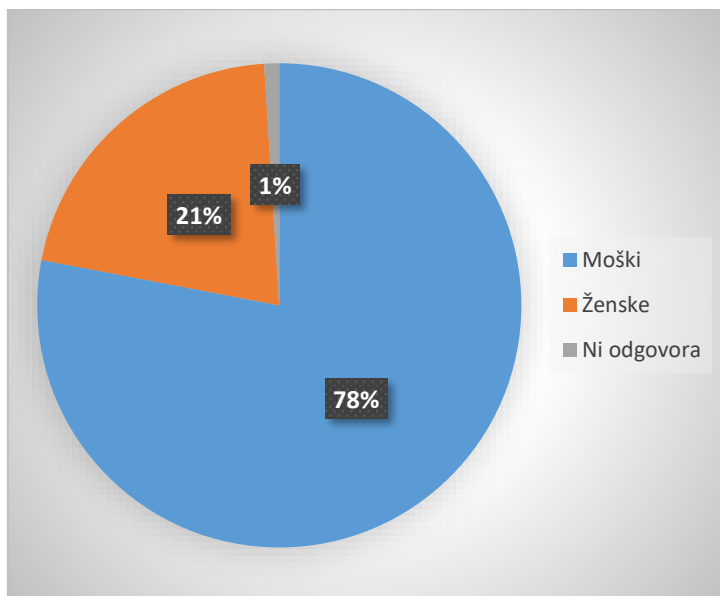
meme?«, v katerih smo vključili starejše in novejše meme, da bi videli primerjavo, nazadnje pa še vprašanja o tem, ali se jim zdijo situacije iz memov znane, da bi ugotovili, če te memi povežejo z družbo. Anketo smo razširili tako, da smo jo najprej poslali čim večim ljudem in v skupine, potem pa smo QR kode še prilepili na oglasne deske, saj smo ciljali na osebe vseh starosti.

## 5 REZULTATI

### 5.1 REZULTATI ANKETE

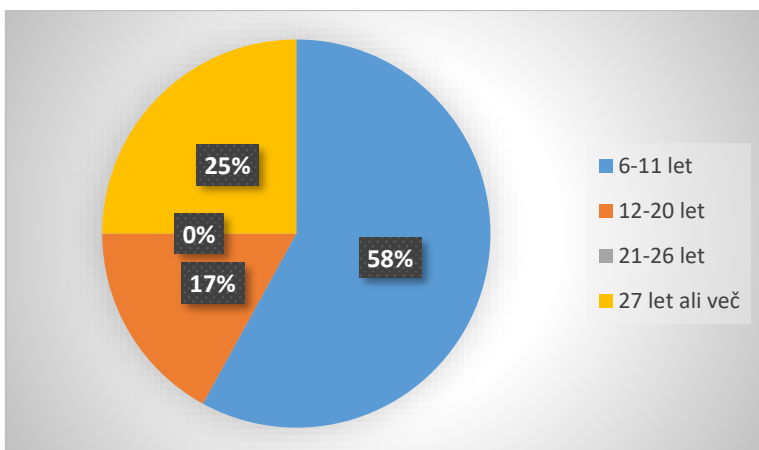
#### 5.1.1 Splošni podatki o vprašancih

Spol vprašancev: Na anketo smo dobili točno 100 odgovorov od tega je bilo 78 moških, 21 žensk in eden, ki ni podal odgovora (slika 3).



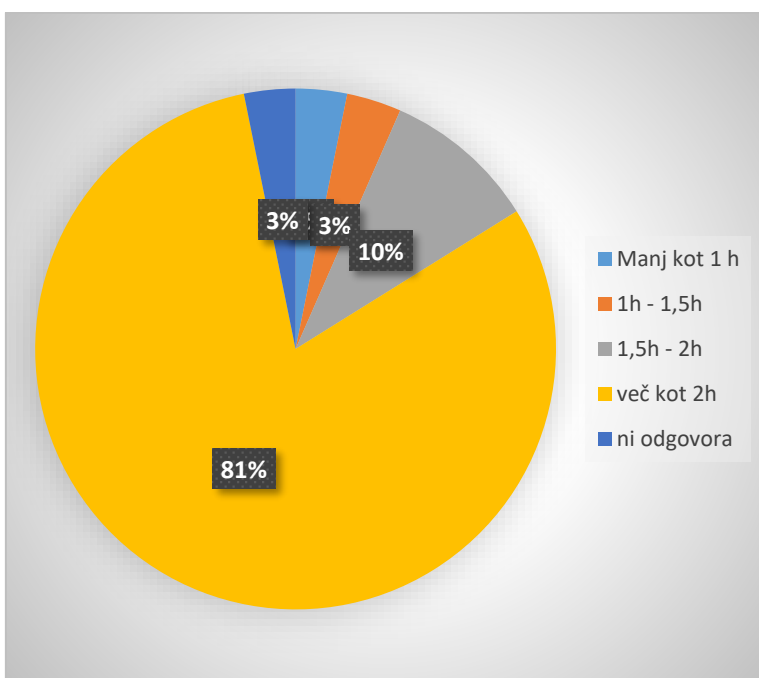
Slika 3: Tortni diagram razporeditve po spolu

Starost vprašancev: 58 ljudi je bilo starih od 6 do 11 let, 17 jih je bilo starih od 12 do 20 let, med 21. in 26. letom na žalost nismo dobili nikogar, 25 ljudi je bilo starejših od 27 let (slika 4).



Slika 4: Tortni diagram razporeditve po starosti

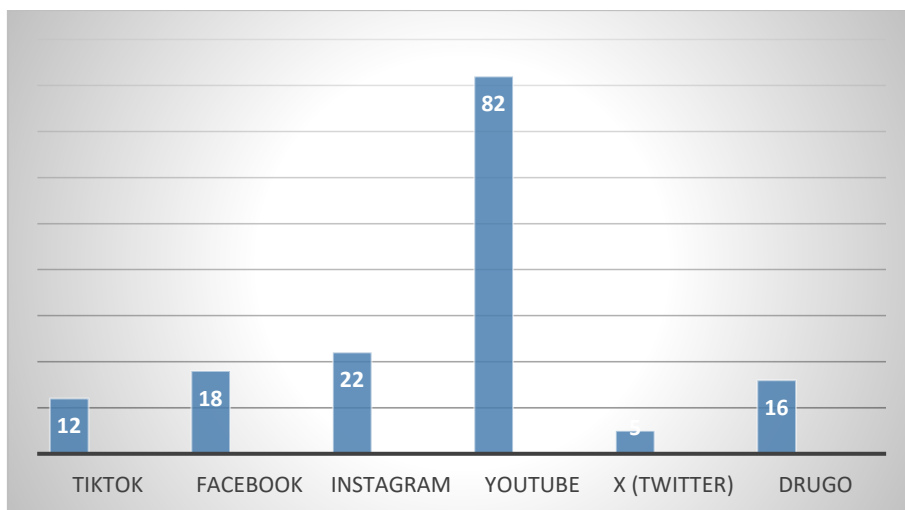
Čas na zaslonu: 3 ljudje so na zaslonu manj kot 1 h na dan, 9 jih je od 1 h do 1,5 h, prav tako jih je 9 na zaslonih od 1,5 h do 2 h in največ, 76, jih je več kot 2 h na dan. Trije niso podali mnenja (slika 5).



Slika 5: Tortni diagram razporeditve po dnevnem času na zaslonu

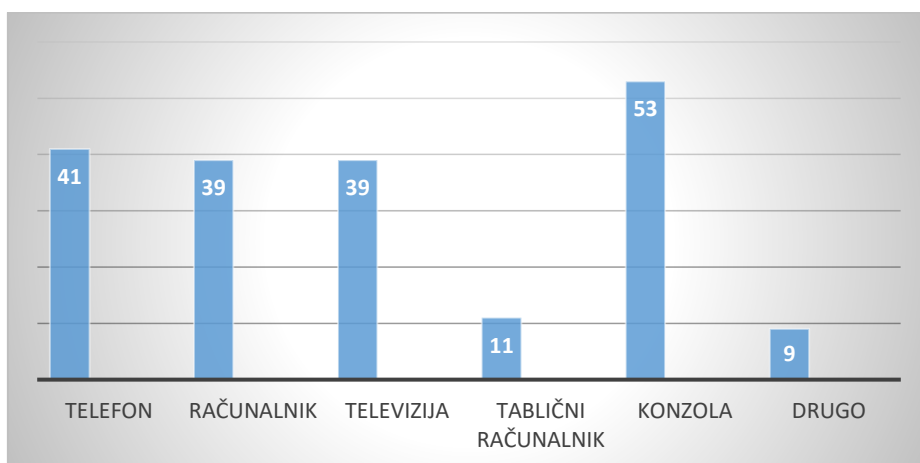
Omrežja, ki jih uporabljajo vprašanci: Pri omrežjih smo dali na izbiro najbolj znana in možnost »drugo«, če kdo uporablja kakšno manj znano (slika 6).





Slika 6: Graf številčne porazdelitve omrežij, ki jih uporabljajo vprašanci.

Naprave, ki jih uporabljajo vprašanci: Spet smo dali na voljo samo najbolj znane možnosti in možnost »drugo« za manj znane naprave (slika 7).



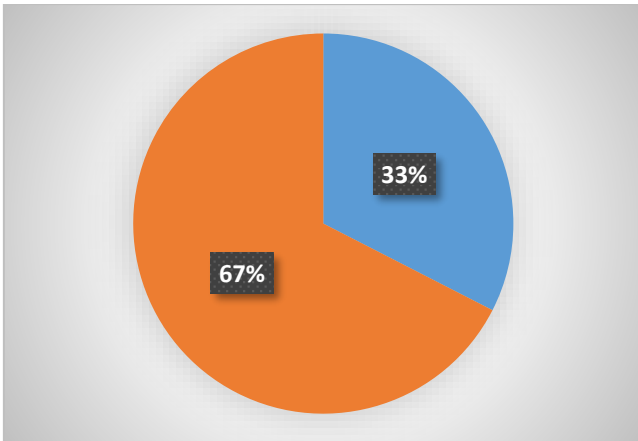
Slika 7: Graf številčne porazdelitve naprav, ki jih vprašanci uporabljajo.

### 5.1.2 Rezultati vprašanj o memih

Tukaj smo na žalost prejeli manj glasov, kot je bilo vseh vprašancev, saj jih veliko ni odgovorilo na vsa vprašanja.

*Ali veš, kaj je meme?*

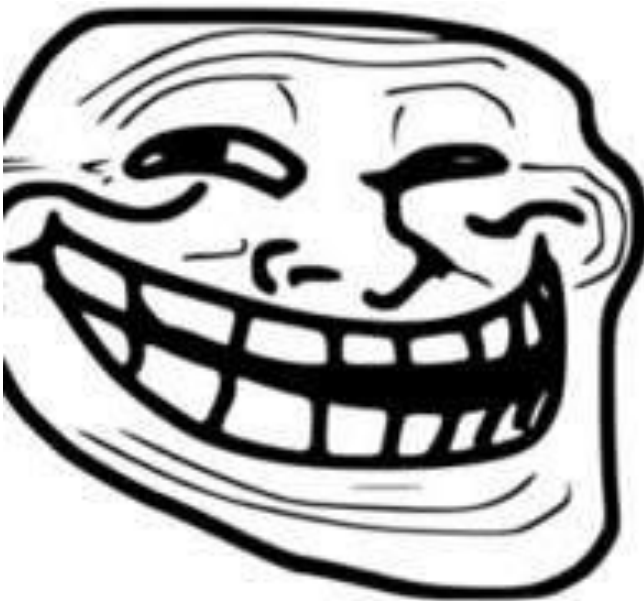
27 vprašancev je napisalo, da ve kaj je to, 56 pa jih ni vedelo (slika 8).



Slika 8: Tortni diagram odgovora na vprašanje »Ali veš kaj je meme?« Z oranžno so označeni tisti, ki ne vejo, z modro pa tisti, ki vejo.

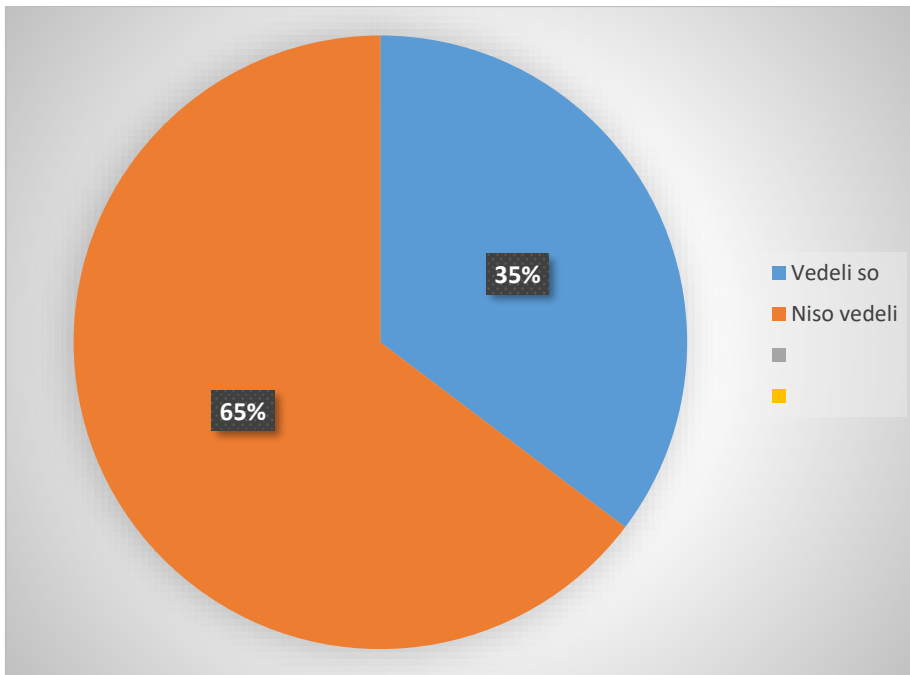
*Kako se imenuje naslednji meme?*

Dali smo sliko enega bolj znanih memov, odgovor je »Troll face meme« (slika 9).



Slika 9: Primer mema iz ankete, št. 1

Rezultati so naslednji: od 51 ljudi, ki so odgovarjali, jih je 18 vedelo in 33 jih ni vedelo, kako se imenuje ta meme (slika 10).



Slika 10: Tortni diagram odgovora na vprašanje »Kako se imenuje naslednji meme?« (slika 9)

### 5.1.3 Ocene smešnosti memov

V naslednjih 6 vprašanjih smo pokazali različno stare meme in vprašanci so morali vsakega oceniti po smešnosti od 1 do 5. Vprašanje se je glasilo: *Kako smešen se vam zdi naslednji meme?*

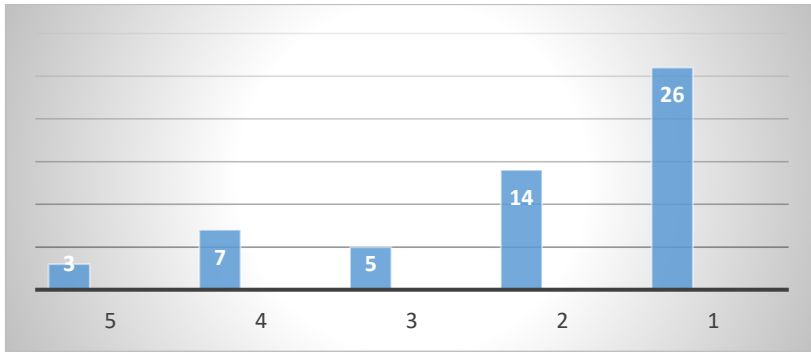
7 year old kids today: iphones and ipads

Me when I was 7:



Slika 11: Primer mema iz ankete, št. 2

Povprečna ocena mema na sliki 11 je bila 2,04. Rezultati glasovanja so prikazani v grafu na sliki 12.



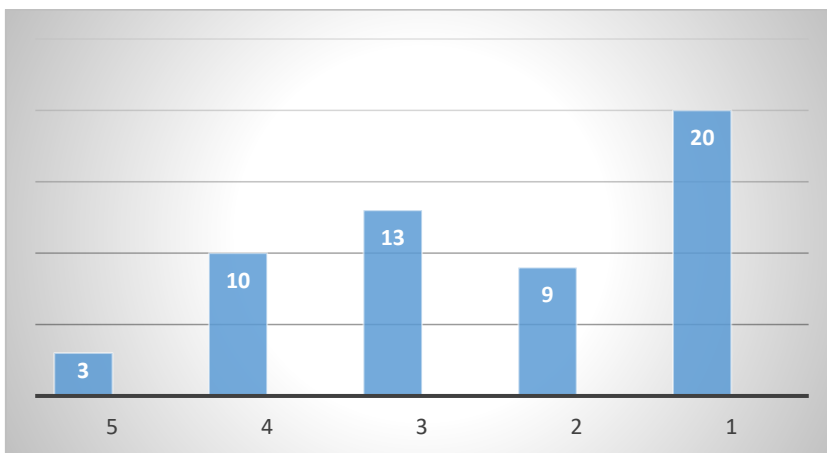
Slika 12: Grafocene mema št. 2 (slika 11). Stolpci prikazujejo število anketirancev.

**Since I started following the wisdom of ancient Chinese Philosopher Fuk Yu, my life has been so much better ...**



Slika 13: Primer mema iz ankete, št. 3

Povprečna ocena mema na sliki 13 je bila 2,4. Rezultati glasovana so prikazani v grafu na sliki 14.

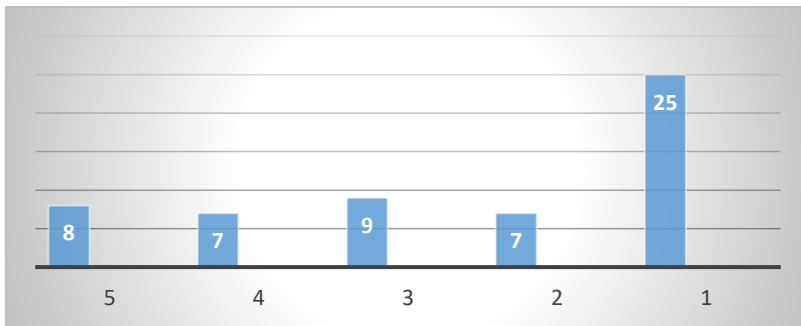


Slika 14 Grafocene mema št. 3 (slika 13). Stolpci prikazujejo število anketirancev.



Slika 15: Primer mema iz ankete, št. 4.

Povprečna ocena mema na sliki 15 je bila 2,4. Rezultati glasovanje so prikazani na grafu na sliki 16.

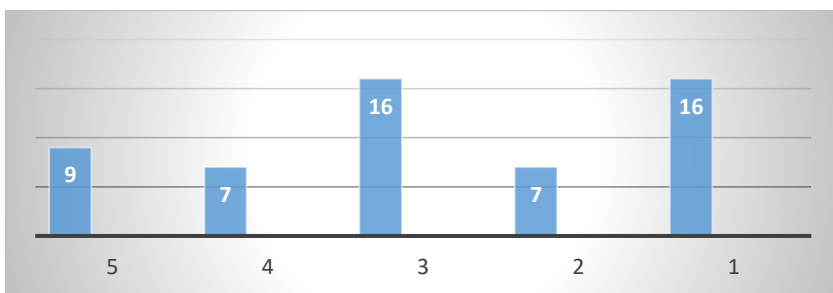


Slika 16: Grafocene mema št. 4 (slika 15). Stolpci prikazujejo število anketirancev.

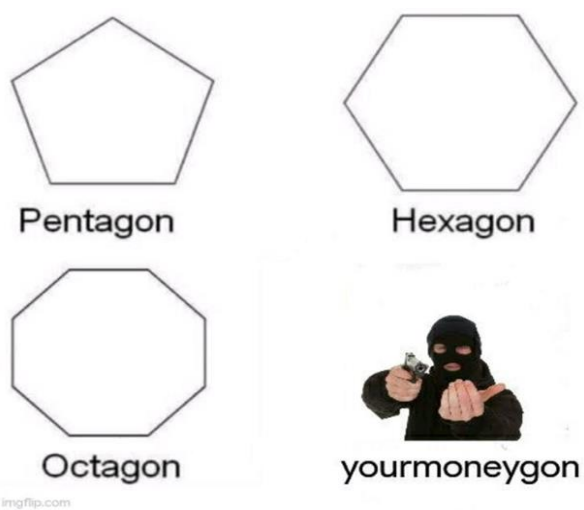


Slika 17: Primer mema iz ankete, št. 5

Povprečna ocena mema na sliki 17 je bila 2,75. Rezultati glasovanja so prikazani v grafu na sliki 18.

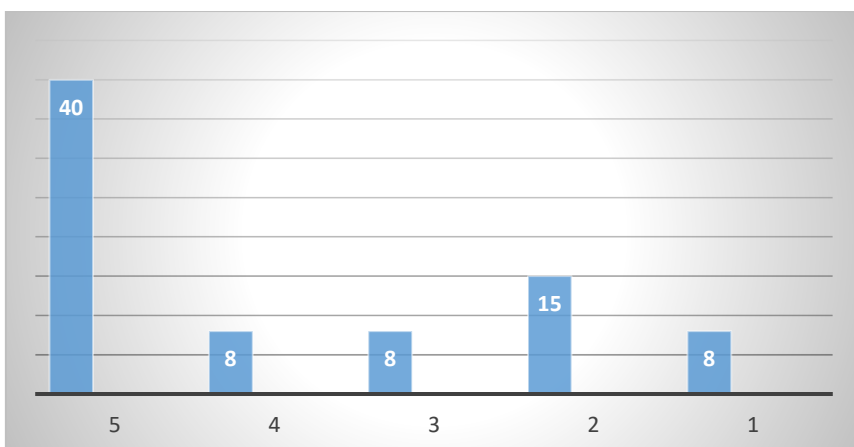


Slika 18: Graf ocen mema št. 5 (slika 17). Stolpci prikazujejo število anketirancev.



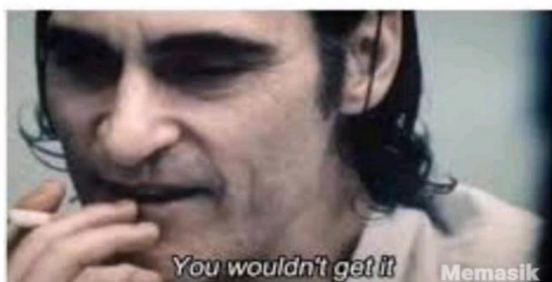
Slika 19: Primer mema iz ankete, št. 6.

Povprečna ocena mema na sliki 19 je bila 3,72. Rezultati glasovanja so prikazani na sliki 20:



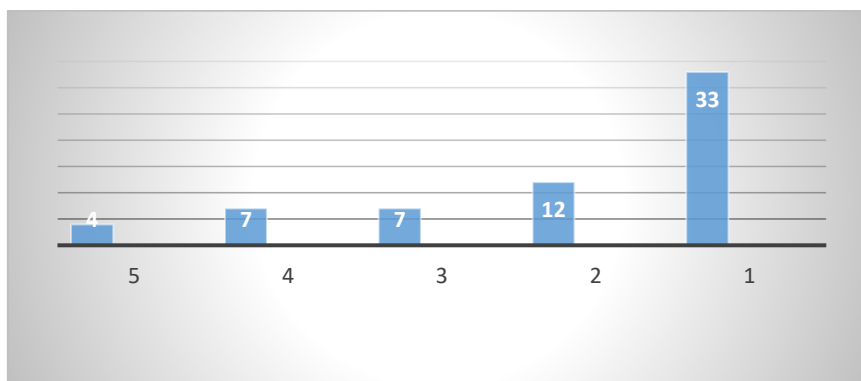
Slika 20: Grafocene mema št. 6 (slika 19). Stolpci prikazujejo število anketirancev.

When the teacher asks why I  
threw a paper airplane at  
the twin sisters



Slika 21: Primer mema iz ankete, št. 7

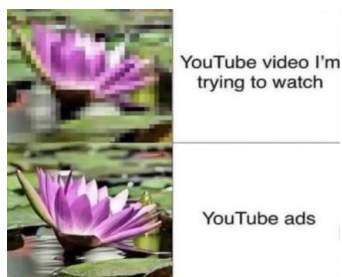
Povprečna ocena mema na sliki 21 je 2,0. Rezultati glasovanja so prikazani na sliki 22.



Slika 22: Graf ocene mema št. 7 (slika 21). Stolpci prikazujejo število anketirancev.

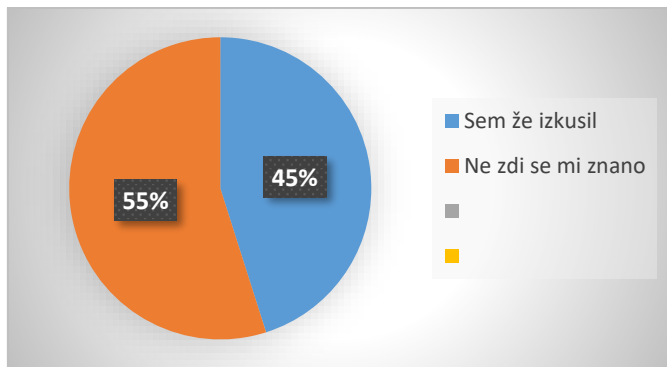
#### 5.1.4 Vprašanja o povezanosti memov z ljudmi

V naslednjih dveh vprašanjih smo ljudi vprašali, če so se že kdaj počutili enako ali so bili v taki situaciji, kot je predstavljena v memu. Vprašanje se je glasilo: *Ali vam je taka situacija znana?*



Slika 23: Primer mema iz ankete, št 8.

23 ljudem se je situacija iz mema št. 8 (slika 23) zdela znana oz. so jo že izkusili, medtem ko 28 ljudem ta situacija ni bila znana in je še niso izkusili (slika 24).

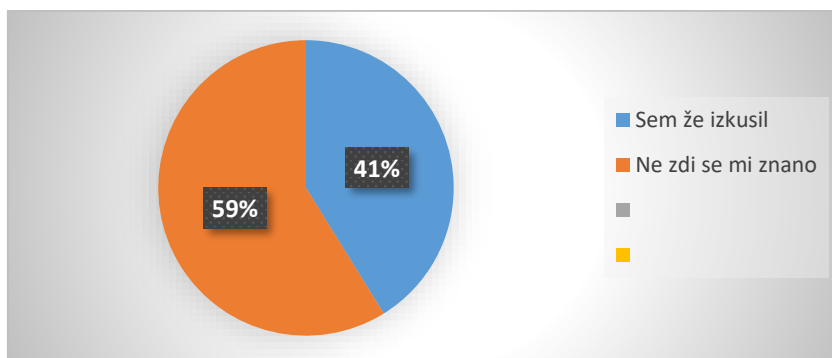


Slika 24: Tortni diagram odgovora na vprašanje o memu št. 8 (slika 23).



Slika 25: Primer mema iz ankete, št. 9.

21 ljudem se je situacija iz mema št. 9 (slika 25) zdela znana, medtem ko je 31 ljudi odgovorilo, da se s to situacijo še niso srečali (slika 26).



Slika 26 Tortni diagram odgovora na vprašanje o memu št. 9

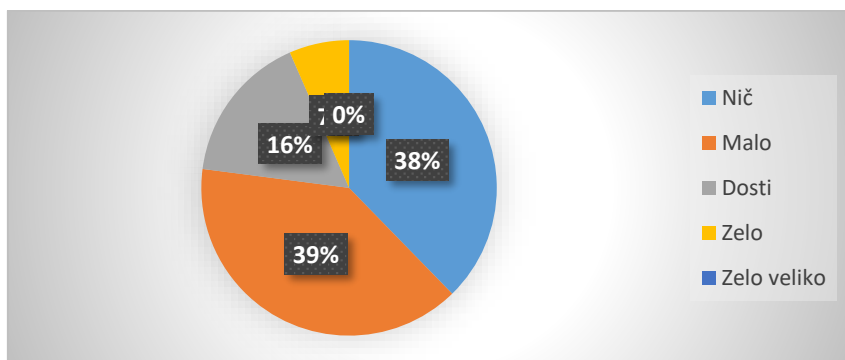


## 5.2 ZA KONEC

Za konec ankete smo dodali vprašnje o tem, ali so se kaj nasmejali pri anketi, ter o tem, ali mislijo, da memi vplivajo na njihovo počutje.

*Koliko ste se nasmejali pri anketi?*

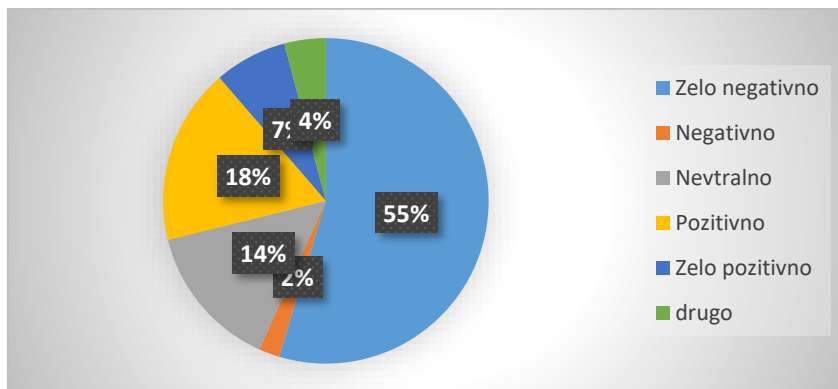
Od 61 odgovorov jih je 23 bilo nič, 24 ljudi se je nasmejalo malo, 10 ljudi se je dosti nasmejalo in 4 so se zelo nasmejali (slika 27).



Slika 27: Tortni diagram odgovora na vprašanje »Koliko ste se nasmejali pri anketi?«

*Kaj mislite, kako memi vplivajo na vaše počutje?*

Od 97 odgovorov jih je bilo 53 za zelo negativno, 2 sta bila za negativno, 14 je bilo nevtralnih, 17 jih je mislilo, da memi vplivajo nanje pozitivno, in 7 jih je menilo, da zelo pozitivno, 4 pa imajo druge občutke ob memih (slika 28).



Slika 28: Tortni diagram odgovora na vprašanje »Kaj mislite, kako memi vplivajo na vaše počutje?«

## **6 RAZPRAVA**

### **6.1 REZULTATI ANKETE**

Iz ankete smo pridobili ogromno podatkov. Med temi novimi ugotovitvami je veliko takih, za katere nismo vedeli, da jih bomo pridobili, in nismo predvidevali, da bodo odgovori taki.

Ugotovitev 1:

Ker je večino vprašancev predstavljal moški spol (78 %), je pri memu št. 5 (slika 17), pri poglavju o oceni memov, ta dosegel višjo povprečno oceno od drugih, ker je na njem prikazan hec o moških.

Ugotovitev 2:

Ker je večina naših vprašancev mladih, je najbolje ocenjen meme št. 6 (slika 19), ki je nov meme in zelo lahek za razumevanje, medtem ko je meme št. 7 (slika 21) dosegel najnižjo oceno, ker je malo težji za razumevanje, še posebej za mlajše ljudi.

Ugotovitev 3:

Del naše hipoteze drži, saj so višjo povprečno oceno dosegli novejši memi kot pa starejši.

Ugotovitev 4:

Drugi del naše hipoteze ne drži popolnoma, saj smo predvidevali, da se je večina ljudi že srečala s situacijami v memih. V obeh primerih se je manj kot polovica srečala s takimi situacijami, kar pa še vedno dokazuje, da smo lahko povezani preko memov.

### **6.2 VPRAŠANJA, KI SO SE ŠE ODPRLA.**

Ko smo analizirali rezultate ankete, se nam je odprlo še mnogo novih vprašanj:

- Ali tvoj čas na zaslonu vpliva na to, kaj misliš, kako memi vplivajo nate? Ali na to vpliva tudi to, pod kako velikim stresom si oz. kakšen poklic opravljaš?
- Ali na tvoje ocene memov vpliva tvoja politična usmerjenost?
- Ali omrežja, ki jih uporabljaš, vplivajo na tvojo oceno memov?
- Ali na to, če si se že kdaj znašel v taki situaciji kot na memu, vplivajo tudi kraj odraščanja in pogoji v otroštvu (npr.: revščina, ločeni starši, posvojenost ...)?

## 7 LITERATURA IN VIRI

[1] Vplivi memov na naše počutje [online]. [citirano: 15.1.2024]. Dostopno na spletnem naslovu:

<[https://medium.com/@CRXN\\_space/the-relationship-between-memes-and-social-change-dbf168520eb](https://medium.com/@CRXN_space/the-relationship-between-memes-and-social-change-dbf168520eb)>

[2] New York Times-članek o memih [online]. [citirano: 15.1.2024]. Dostopno na spletnem naslovu:

<<https://www.nytimes.com/interactive/2022/08/17/magazine/tiktok-sounds-memes.html>>

[3] Negativni vplivi memov [online]. [citirano: 15.1.2024]. Dostopno na spletnem naslovu:

<<https://smeharbinger.net/negative-effects-of-memes/>>

[4] BBC o prvemu memu [online]. [citirano: 15.1.2024]. Dostopno na spletnem naslovu:

<<https://www.bbc.com/news/blogs-trending-43783521>>

Zgodovina memov:

[5] [online]. [citirano: 15.1.2024]. Dostopno na spletnem naslovu: <[www.dictionary.com](http://www.dictionary.com)>

[6] [online]. [citirano: 15.1.2024]. Dostopno na spletnem naslovu:

<<https://en.wikipedia.org/wiki/Meme>>

[7] [online]. [citirano: 15.1.2024]. Dostopno na spletnem naslovu: <[www.nytimes.com](http://www.nytimes.com)>

[8] [online]. [citirano: 15.1.2024]. Dostopno na spletnem naslovu: <[www.britannica.com](http://www.britannica.com)>

[9] [online]. [citirano: 15.1.2024]. Dostopno na spletnem naslovu: <[www.pbs.org](http://www.pbs.org)>

[10] Kalkulator za najmanjšo vrednost za odvzem vzorca [online]. [citirano: 24.1.2024].

Dostopno na spletnem naslovu:

<<https://www.surveymonkey.com/mp/sample-size-calculator/>>