Koronavirus u virtualnoj komunikaciji u kontekstu usmene i pučke književnosti

Štivčević, Sara

Master's thesis / Diplomski rad

2021

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Humanities and Social Sciences / Sveučilište u Zagrebu, Filozofski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:131:958841

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-29**

Filozofski fakultet
Sveučilišta u Zagrebu

Repository / Repozitorij:

ODRAZ - open repository of the University of Zagreb
Faculty of Humanities and Social Sciences

zir.nsk.hr

dabar
DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu

Odsjek za kroatistiku

Katedra za hrvatsku usmenu književnost

KORONAVIRUS U VIRTUALNOJ KOMUNIKACIJI U KONTEKSTU USMENE I PUČKE KNJIŽEVNOSTI

DIPLOMSKI RAD

8 ECTS-a

Sara Štivčević

Zagreb, 14. srpnja 2021.

Mentor

doc. dr. sc. Josipa Tomašić Jurić

Sadržaj rada

1. Uvod 1

2. Teorijski okvir 2

2.1. Pučka književnost 2

2.1.1. Pučki kalendari 5

2.2. Teorije vica i humora 6

2.3. *Memovi* 10

2.4. Grafiti 11

2.5. Digitalni svijet 13

3. Analiza korpusa 13

3.1. *Memovi* i vicevi 14

3.2. Grafiti 34

3.3. Ostali pismeno-slikovni žanrovi: transparenti, oglasi i reklame 37

3.4. Pučke pjesme o koronavirusu 51

4. Zaključak 60

5. Literatura 62

6. Sažetak 65

1. Uvod

Pandemija koronavirusa najaktualnija je tema u posljednjih više od godinu dana. Svijet se suočio s velikim brojem zaraženih, no, nažalost, i umrlih od posljedica bolesti uzrokovane tim virusom. Neki su ljudi ostali bez posla, neki i bez krova nad glavom. U državama diljem svijeta započele su ekonomske krize, a izbijali su i neredi na ulicama. Općenito se može reći da, na globalnoj razini, 2020. godina nije imala dobar početak, ali ni nastavak. Jedna od najvećih posljedica novonastale pandemijske krize bila je karantena i socijalno distanciranje. Zahvaljujući društvenim mrežama koje su se u zadnjih nekoliko godina proširile i razvile, svijet je postao, kako ga često nazivaju, „globalnim selom". Iako se o globalizaciji uglavnom govori negativno,[1] globalna i virtualna[2] povezanost pomogle su ljudima da lakše prebrode teške trenutke.

Upravo je ta povezanost, odnosno premještanje terena iz stvarnog lokalnog u virtualno digitalno, omogućila širenje tzv. „korone kao priče". Termin „korona kao priča" može se definirati kao nadtema i metanarativ koji čine raznovrsne manje teme i diskursi, stoga je širenje „korone kao priče" omogućilo pristup različitim sadržajima koji se direktno ili indirektno odnose na pandemiju koronavirusa u svijetu. Iako je u početku prikupljanja materijala za istraživanje kriterij bio strogo ograničen na one materijale koji izravno spominju koronavirus, s vremenom se taj kriterij proširio i na sljedeće sastavnice: posljedice pandemije kao što su obrazovanje na daljinu, rad od kuće, karantena, socijalna distanca, cijepljenje, povezanost pandemije i razornog potresa u Zagrebu te uvođenje i popuštanje mjera zaštite. Razlog je tako širokom opsegu taj što se s vremenom čovječanstvo relativno naviknulo na novu situaciju te su se postupno prestali objavljivati sadržaji koji su na bilo koji način povezani s koronavirusom. Konkretno, u periodu od svibnja do kolovoza 2020. g. pronađen je vrlo mal broj novih sadržaja u odnosu na ranija razdoblja, a u kolovozu, kada Hrvatska „ruši rekorde" u broju novozaraženih, jedva da se pojavila jedna objava u nekoliko dana što se može pripisati svojevrsnom zasićenju tim sadržajima. Prema kraju 2020. te u prvoj polovini 2021. godine gotovo da nisu objavljivani sadržaji o koronavirusu. Treba naglasiti da izostaju prvenstveno humoristične objave, no rijetki su i ostali sadržaji (npr. objave čija je funkcija samo poučavanje, brojne teorije zavjere i sl.).

[1] Negativan stav proizlazi iz gubljenja kulturalnih razlika naroda te iz modernog načina života koji teži brzini.
[2] U ovom radu razlikovat će se globalna povezanost od virtualne zato što virtualna povezanost ne mora biti globalna, ona se može odnositi na dvoje ljudi ili na manju skupinu ljudi.

Ovaj rad proučava i analizira koje se karakteristike, obilježja usmenog i pučkog mogu pronaći u prikupljenim materijalima. Otvorila su se brojna pitanja kao: što je to zajedničko pučkoj književnosti i „priči o koronavirusu", kako se u toj priči postiže humor i je li on jednak vicu te koja je poveznica između „priče o koroni" i pučkih kalendara? Ta pitanja upućivala su autoricu ovog rada na korištenje literature koja donekle odgovara na postavljena pitanja. Upravo se zato najprije donosi teorijski okvir u kojem će se u potpoglavljima navesti najvažnija obilježja pučke književnosti, viceva (usmenoknjiževne forme koja doprinosi oblikovanju metanarativa o koroni) i humora, pučkih kalendara, *memova*, grafita te digitalnog svijeta.

Cilj je analize prototipnih primjera odgovoriti na navedena pitanja te opisati oblik i sadržaj materijala. Baza pronađenih materijala žanrovski je raznolika: *memovi*, objave i *storyji*, videozapisi, vicevi, poruke, oglasi, reklame, grafiti i transparenti, pjesme, a sve se to širilo društvenim mrežama, kanalima i portalima kao što su *Facebook, Instagram, YouTube, TikTok, WhatsApp*, portali *Glas Istre, tportal.hr, vicevi.hr, vicevi.click, atv, rama-prozor* i elektroničke novine *24sata*. Od oblika dominiraju *memovi* što nije čudno jer, kako to Željko Predojević (2019) donosi u svome članku, *memovi* najčešće nastaju od statusa na *Twitteru* i *Facebooku*. Treba naglasiti da se materijal nije tražio na *Twitteru*, ali društvene mreže kao što su *Facebook* i *Instagram* često dijele objave s *Twittera*. Što se tiče samog sadržaja tih materijala, većina je materijala humorističnog sadržaja, a pojavljuju se i poučni sadržaji, sadržaji kojima se ističe zahvala prije svega medicinskoj službi te u malom broju sadržaji koji iz vjerske, pomalo fanatičke perspektive komentiraju novonastalu situaciju. Kao što se već može zaključiti iz nabrojanih pitanja, ovaj će se rad ograničiti na analizu humorističnog i poučnog sadržaja.

2. Teorijski okvir

2.1. Pučka književnost

U ovom dijelu teorijskog okvira opisat će se obilježja pučke književnosti koja će se ponekad uspoređivati s usmenom, visokom, trivijalnom i popularnom književnošću. Takva usporedba omogućava lakše shvaćanje i definiranje pučke književnosti, a samim time i lakše određivanje obilježja pučkog prilikom analiziranja sadržaja o koronavirusu.

Pavao Pavličić (1987) donosi vrlo pregledan i sažet opis pučke književnosti čije će se karakteristike navesti i usporediti s ostalim književnostima. Pavličić utvrđuje da se pučka, trivijalna i masovna književnost razlikuju na sinkronijskoj i dijakronijskoj razini, prema trima aspektima književnog procesa (pisac, tekst i recepcija) te odnosima tih aspekata koji nisu

jednaki u navedenim književnostima (Pavličić 1987: 73). Prva je karakteristika pučke književnosti status teksta koji je za razliku od teksta usmene književnosti zapisan[3] i često duži, a tu dužinu teksta i sličnost žanrova pučka književnost dijeli s visokom književnošću. Klišeji se pojavljuju i u usmenoj i u pučkoj književnosti s tom razlikom što su u usmenoj književnosti određeni mnemotehničkim, a u pučkoj estetskim razlozima. Druga je karakteristika pučke književnosti anoniman ili namjerno zatajen autor. Nepoznat autor karakterističan je za usmenu književnost, a po njemu se pučka književnost razlikuje od visoke i trivijalne koje inzistiraju na autorstvu jer se radi o kreaciji, literarnosti, jedinstvenosti, dok se u masovnoj književnosti događa da je autor zanemaren. Glavna je karakteristika pučke književnosti praktična namjena teksta čiji je zadatak podučiti recipijenta, odnosno ponuditi mu neku vrstu znanja zbog čega se inzistira na vezi sa zbiljom. Književni povjesničari i kritičari primjerom teksta praktične namjere navode pučke kalendare o kojima će kasnije biti riječi.

Trivijalna književnost za razliku od pučke ima kao cilj čitatelju ponuditi estetski užitak i zabavu, književnim je oblicima slična visokoj književnosti s time da trivijalna književnost razvija posebne žanrove kao što su „ljubić", „krimić", SF roman itd. Masovna književnost čitatelju nudi informacije o poznatim osobama (biografije i memoari) ili nekim događajima, za nju je bitna pretpostavka homogenizacije društva općekulturnim vrijednostima koje stvaraju mediji (isto: 77). Pavličić navodi da su pučki tekstovi skloni promjenama, da se žanrovske granice često krše te zaključuje da se pučkom književnošću trebaju nazivati priče, anegdote ili pjesme u pučkim kalendarima, zatim stihovi na kuhinjskim krpama ili nadgrobnim spomenicima te pučke pjesme koje najčešće u desetercu opjevavaju sportske pobjede, tragične i važne događaje (isto: 82). Drugim riječima, pučkom se književnošću može odrediti „sve ono što ima grafički (ili kako drugačije) fiksiran tekst, a predstavlja se kao informacija ili ima kakvu praktičnu svrhu" (isto).

Međutim najbitnija je karakteristika pučke književnosti zajednica koja je nastala ljudskom potrebom za društvom i pripadnošću. „Usmjerenost na ciljanoga recipijenta, razvijena svijest o njegovim potrebama i mogućnostima, jedno je od najistaknutijih obilježja pučkih tekstova" (Tomašić 2015: 184). Iz ovog je citata vidljivo da je zajednica, odnosno recipijent, polazište za stvaranje i glavni kritičar pučkog teksta. Sadržaj o kojemu se piše i stil kojim se piše prilagođeni su očekivanjima, ukusu i mogućnostima recipijenata čime se smanjuje utjecaj autora, odnosno autor se odriče umjetničkog statusa (usp. Budišćak 2015: 158). No Josipa

[3] Iako zapisan, tekst pučke književnosti prenosio se i usmenim putem (usp. Dabo 2014: 148).

Tomašić dodaje da je za pučku književnost karakterističan sklad između autora i publike jer ne samo da publika, odnosno zajednica, utječe na pisanje autora, već i autor oblikuje, tj. poučava svoju publiku (2015: 191).

Divna Zečević naziva pučku književnost trećim književnim fenomenom i utvrđuje da su „književni povjesničari i kritičari pristupali pučkim književnim tvorevinama sa sustavom vrijednosti izgrađenim na djelima umjetničke književnosti" (1978: 357). Već je iz navedenog citata vidljiv problematičan pristup pučkoj književnosti jer se metodologija proučavanja visoke književnosti primjenjuje na drukčiju, pučku književnost koja se zbog toga doživljava manje vrijednom. Zečević brani pučku književnost od takvog krivog shvaćanja i objašnjava da se pučka književnost zbog jezične strukture, odnosno transformacije građe u pučku tvorevinu, razlikuje od puke građe uzete iz vanjskog svijeta jer jezik takve transformacije više nema instrumentalnu funkciju svakodnevnog sporazumijevanja. Pučki autor odriče se takve funkcije „tako što svoju namjeru da opjeva neki događaj ili da o nekom događaju pripovijeda ostvaruje u jeziku kojim se obraća čitaocima ili slušaocima" (isto: 360). Stoga stvaranje novog sadržaja, koji na neki način govori o događajima, možemo katkada odrediti kao književnost. U kontekstu „priče o koronavirusu" to bi značilo da bismo nove viceve, nove pjesme, ali i prilagodbe već poznatih pjesama, mogli promatrati u kontekstu pučke književnosti, ako polazimo od ideje da autori na društvenim mrežama stvaraju nove sadržaje koji su namijenjeni korisnicima tih mreža.

Zečević navodi primjer jedne pjesme o tragičnoj ljubavi i ističe da je „za prihvaćanje fabule o pučkom Romeu i Juliji […] potrebno cjelokupno životno iskustvo čitalaca odnosno slušalaca" (isto). U analizi materijala pokazat će se da ovu tvrdnju možemo primijeniti i na „priču o koronavirusu" jer se sadržaj često referira na životno iskustvo, ali i poznavanje serija, filmova, pjesama i drugog.[4]

Vanja Budišćak u svome radu uspoređuje pučku i popularnu književnost te se referira na Pavličićevo određenje pučke književnosti zbog čega će se ovdje navesti samo kontrastni primjeri između tih dviju književnosti, a s ciljem stvaranja teorijske osnove za daljnju analizu. Budišćak navodi da se popularna[5] kultura lako i brzo mijenja jer u proizvodnji egzistira s pomoću praksa svakodnevice, da u svojim sadržajima zastupa individualno iskustvo, da se prenosi institucionalizirano, putem medija bez kojih ne bi opstala (2015: 158). Pučka književnost, za razliku od popularne, ima stabilna značenja koja ne proizvodi iznova

[4] Poznavanje takvih sadržaja danas se smatra općom kulturom što se vidi ne samo iz primjerice *memova*, već i iz *pub*-kvizova koji su zadnjih godina postali iznimno popularni.
[5] O terminu *popularno* pronaći više u Peternai Andrić 2018.

zahvaljujući tradiciji na koju se poziva. Iako različite, Budišćak navodi da je pučka književnost podvrsta popularne u smislu da se sviđa velikom broju ljudi. Dakle *popularno* je postalo dodatna karakteristika pučke književnosti.[6]

2.1.1. Pučki kalendari

Već je u prvom potpoglavlju navedeno da se književni povjesničari i teoretičari slažu da su pučki kalendari pravi primjeri praktične namjere pučkih tekstova (usp. Pavličić 1987; Tatarin 2006, 2007, 2018). Pučki kalendar bio je rani oblik novina, „korisna knjižica koja je višestruko mogla poslužiti kućanstvu, uputiti prosta čovjeka u različite vrste znanja, a na jednostavan i […] zabavan način" (Tatarin 2018: 442). Pučki su se kalendari pojavili krajem 18. stoljeća, procvat su doživjeli u 19. stoljeću, osobito u drugoj polovini, a stalne rubrike čine kalendarij (često s praznim stranicama za vođenje bilježaka), književni prilozi (najprije u stihu, a poslije i u prozi), zabavno-poučni dio i „vijesti iz svijeta" (usp. Zečević 1978: 493; Tatarin 2007, 2018). Zečević (1978: 493) piše da „kalendar nastoji pružiti čitaocima štivo, savjete i književne zabavno-poučne informacije u toku čitave godine: za sve dane u godini", a kao često jedino dostupno štivo, pučki su kalendari imali važnu ulogu u stvaranju i oblikovanju hrvatske čitateljske publike, točnije publike socijalno i obrazovno nižih slojeva (Tatarin 2006: 107). Tatarin donosi sažet uvid u proces opismenjavanja i navikavanja seljaka na knjigu:

„Kalendari su u tomu nedvojbeno imali važnu ulogu, sigurno veću no što se dade pretpostaviti, jednostavno zato što za njih nije trebalo izdvojiti mnogo novca, a donosili su obavijesti koje su spomenutome tipu recipijenta bile važne za svakodnevni život. […] Uvrštavanje u takvu knjižicu i zabavnih sadržaja, pomno odabranih i usklađenih s čitateljevim ukusom i željama, imalo je dalekosežne posljedice. Jer, zabavni dio kalendara pomagao je u širenju pismenosti, u stvaranju navike čitanja, konačno, utjecalo se njime i na podizanje obrazovne i kulturne razine svih onih o kojima se u tomu smislu dugo nije vodilo računa i koji su […] bili *nemilo* zapušteni i zaostali nakon oslobođenja od Turaka" (Tatarin 2007: 133).

Primjer didaktične i zabavne uloge kalendara koji stvara čitateljsku publiku u Slavoniji Tatarin pronalazi u sačuvanim[7] primjercima kalendara Ignjata Alojzija Brlića. Brlić je sam financirao dvadesetogodišnje izdavanje kalendara kojim je Slavoncima, između ostalog,

[6] Podvrstama Budišćak navodi još i trivijalnu i masovnu (usp. Budišćak 2015: 165).
[7] Kalendar je bio potrošna roba o čemu svjedoči i sastavak *Ovomu kalendaru nauk na put* koji se nalazi na kraju *Novoga i staroga kalendara slavonskog* iz 1842: „Sada tebe još poštuju, / svrh pendžera uzvisuju, / a kad projde teb' godina / pod peć onda, ti mrcina, / onda dicu tješi malu, / neka s tobom čine šalu, / nek te dica tad meljaju / i po smetu svud valjaju, / dok strgaju na komade / da ti život tvoj propade" (Tatarin 2018: 445).

nastojao približiti stara i suvremena hrvatska književna djela, kao što je poema *Radonja* Vladislava Menčetića, te su time književna djela postala „opće dobro, [a] ne samo povlastica manjeg sloja obrazovanih ljudi" (Tatarin 2006: 120). Činio je to „znajući da kalendar ima jaku transmisijsku ulogu – njime su se tekstovi širili nevjerojatnom brzinom, inače teško dostupne knjige postajale su dio lektire i onih koji bez kalendara za mnoge pisce nikad ne bi ni čuli" (isto: 111). Tatarin u svome članku zauzima pozitivan stav[8] prema Brlićevu interveniranju u tekst: dok su mu suvremenici, a kasnije i proučavatelji pučke književnosti zamjerali izmjene i prilagodbe, Tatarin ga opravdava „višim ciljem" jer su zabava i pouka koje proizlaze iz sadržaja književnog djela funkcije kalendara kojima je Brlić najviše težio, stoga nije vodio računa o strogom poštivanju predložaka (isto: 119). Naime Brlić je jezično prilagođavao tekstove kako bi ih manje obrazovani čitatelji mogli razumjeti, što korespondira s tvrdnjom iz prethodnog potpoglavlja da su sadržaji pučkih tekstova prilagođeni doživljajno-spoznajnim i estetskim mogućnostima, ukusu i očekivanjima recipijenata.[9]

Autori pučkih kalendara željeli su poučiti svoje recipijente dajući im savjete o gospodarstvu, obiteljskom životu,[10] međuljudskim odnosima i zdravlju, a to su ostvarili na recipijentima zabavan način, primjerice pjesmama ezopovske provenijencije „u kojima se opjevavaju zgode ljudi i životinja, šaljive i zabavne po tonu, a poučne svojim sadržajem" (Tatarin 2018: 453).

2.2. Teorije vica i humora

Simon Critchley definira pričanje viceva kao „svojevrstan prešutan društveni ugovor, odnosno sporazum o društvenom svijetu u kojem živimo kao implicitnoj pozadini vica" (2007: 14). To znači da svi članovi nekog društva ili zajednice moraju imati zajedničko shvaćanje što za tu zajednicu/društvo znači vic, šala. Osim toga shvaćanje „poruke kao humoristične ovisi o kontekstu u kojem se ona odašilje (izgovara) i prima, kao i o publici", odnosno o njezinu iskustvu i kognitivnim mogućnostima (Tomašić 2018: 66). Critchley kaže „da je humor oblik *sensusa communisa*, zajedničkog smisla, zdravog razuma" te da su zbog toga „vicevi izraz društvenosti" (2007: 80). U tom se kontekstu mogu promišljati i humoristični sadržaji o

[8] Iako svjestan da se danas Brlićevo mijenjanje tuđih tekstova smatra tekstološki nelegitimnim, Tatarin navodi da je razlog tomu bio cilj „približiti djelo čitatelju i time obaviti određenu zadaću, a ta je, dakako, podizanje kulturne svijesti svojih sunarodnjaka" (Tatarin 2006: 134). Bitno je napomenuti da Brlić nije bio jedini priređivač kalendara koji je izmjenjivao originalni tekst na dobrobit recipijenata (v. Tatarin 2007: 146).

[9] Tatarin proučava pučke kalendare slavonskog podneblja koje je zbog osmanlijske vladavine zaostajalo za drugim dijelovima Hrvatske u književnom stvaralaštvu (usp. Tatarin 2007: 131).

[10] Što kuhati, kako održavati dom, kako se očuvati od bračne nevjere i slično.

koronavirusu: virus se u humornoj perspektivi približava, humanizira, a cjelokupna situacija dobiva smisao. Iako sadržaji o koronavirusu nisu isključivo vicevi, a ni brojem ne dominiraju, primjeri pokazuju da su i ostali objavljeni oblici izrazi društvenosti. Već je rečeno da „nova" zajednica više nije određena lokalno i vremenski, ali se zajedništvo osjeća na društvenim mrežama.

Critchley dalje navodi da „svaki komičar zna da vic koji ne izazove smijeh nije vic i točka. […] humor [je] zajednički ili intersubjektivni običaj koji zahtijeva pristanak drugih" (isto). Isto se događa u pučkoj književnosti: recipijenti „ocjenjuju" djelo koje im autor nudi i „osuđuju" ga na „život ili smrt". Čovjek kao društveno biće ima potrebu živjeti u zajednici i s njom, pa tako ne čudi da je humor izraz zajedničkog smisla. Svakako se ne smije zanemariti činjenica da se u prostornoj i vremenskoj udaljenosti autora/kazivača vica i recipijenta gubi pozitivna reakcija recipijenta na vic (smijeh), što na neki način umanjuje vrijednost i „život" vica. Kao surogat reakciji recipijenta javljaju se *lajkovi* i reakcije na *Facebooku,* pisanje komentara i dijeljenje vica.

Andre Jolles (1978) viceve svrstava među jednostavne oblike u koje se ubrajaju i legende, sage, mitovi, zagonetke i drugo. Odmah na početku upozorava da se vic različito vrednuje u različitim dobima: nekada se smatra jednim od „najviših umjetničkih vrsta i oblika, [a] ima drugih doba u kojima se mora zadovoljiti time da bude u najširem smislu pučki" (Jolles 1978: 176). Potrebno je još jednom naglasiti da Jolles termin *pučki* koristi u najširem smislu, odnosno da *pučki* vic „svojom vrstom i svojim načinom šaljenja označava rasu, narod, skupinu i vrijeme iz kojih je svaki put proistekao" (isto). To bi značilo da se razlikuju američki od engleskog te engleski od irskog vica, kao i vicevi unutar jednog naroda, odnosno jedne države (Jolles navodi da u Njemačkoj postoji berlinski, hamburški, minhenski vic – u Hrvatskoj bi to mogli biti dalmatinski, zagorski, slavonski vic, ali i primjerice zagrebački, splitski). Jolles u nastavku govori da se u vicu nešto razrješava, da se svezano razvezuje te dodaje:

> „Svaki misaoni proces, svi uvjeti, principi, zakoni i norme ispravnog mišljenja mogu se spontano razriješiti. Valja samo prekinuti redoslijed, nadomjestiti jedan član drugim, preskočiti iz jedne logike u drugu, svaki put nadaje se nešto što svojom besmislenošću, svojom oporbenošću, svojom nezamislivošću preuzima oblik vica" (isto: 178).

Takav princip razrješavanja pojavljuje se i u drugim humorističnim oblicima kao što su *memovi*, objave i videozapisi. Budući da se u vicu koristimo razrješavanjem nečega, to sredstvo koristimo kad god se susretnemo s nečim što osuđujemo, sažalijevamo ili čega se gnušamo,

drugim riječima – kada nešto korimo (usp. isto: 181). Korimo ono što je nedostatno i prijekora vrijedno kako bi se to razriješilo, a takvo razrješenje u vicu Jolles naziva porugom. Porugu dalje dijeli na dva oblika, na satiru i ironiju, koji se razlikuju po udaljenosti između rugaoca i onoga što se razrješava porugom:

„Satira je poruga s onim što korimo ili ga se gnušamo i što nam je daleko. Ne želimo imati ništa zajedničko s prekorenim, oštro smo mu protivni, otud ga rješavamo bez sućuti, bez samilosti. Tome nasuprot, ironija se doduše ruga nad onim što korimo, ali mu nije protivna već osjeća sudioništvo, učestvuje […] U ironiji osjećamo nešto od naklonosti i povjerljivosti nekoga tko je više s nečim što je niže. A upravo u tome zajedništvu počiva velika pedagoška vrijednost ironije" (isto: 181–182).

Ivan Marković (2018) u svom članku piše da su Bosanci idealni kandidati za hrvatske viceve o gluposti. Dodaje da je preciznije reći da se radi o vicevima o Bošnjacima (muslimanima) koji najčešće imaju izraženo muslimanska imena (točnije nadimke) kao što su Mujo, Haso, Fata, Suljo i Huso. Kako navodi Bergson, ključni su elementi za smijeh *humanness* (čovječnost, ljudskost), *indifference* (ravnodušnost) i *sociableness* (druželjubivost) (Marković 2018: 367). Od njih je najvažnija čovječnost, odnosno da se čovjek smije čovjeku, a ne predmetu ili životinji.

Marković nakon analize Freudova stajališta (v. Marković 2018: 368–370) zaključuje da oni koji se šale na račun drugih (drugi su oni koji su geografski blizu, koji imaju sličan jezik, manjine – najbliži stranci) to čine kako bi ponovno osnažili osjećaj jedinstva i samoljublja, odnosno domoljublja. To puno toga može reći o onima koji se šale, više nego o onima na čiji se račun šali. Takav se humor, pa i vicevi, naziva *etničkim*, a glavna mu je karakteristika uspostava društvene hijerarhije, odnosno osjećaja superiornosti i izvrsnosti na račun tuđe podređenosti i gluposti (usp. Critchley 2007: 72). Marković tvrdi da se takvi vicevi „ne sprdaju s vrlinama, nego s neuspjesima, opačinama, nepoželjnim osobinama" i to ne treba čuditi jer vicevi tome i služe (2019: 178).

Josip Užarević započinje žanrovsko određenje vica prijevodom citata iz *Kratke književne enciklopedije*: vic je „nevelika usmena šaljiva priča najrazličitijeg sadržaja s neočekivanim i duhovitim svršetkom" (2012: 71). Vic je i izrazito društvena pojava koja nastaje kao svojevrsna „duhovna zaokupljenost" zajednice, a ljudska potreba za stvaranjem viceva povezana je s oslobađajućom, katarzičnom eksplozijom koju smijeh može proizvesti (isto: 86).

Katarzom[11] se, naime, postiže (privremeno) oslobađanje negativnih osjećaja koje čovjek veže uz određene životne situacije. Humor je u „priči o koroni" imao veliku važnost zbog svoje katarzične funkcije, odnosno kako Critchley tvrdi, zbog toga što humor doživljava svijet nakrivljenim i vraća nas u svakodnevicu tako što nas otuđuje od nje (2007: 68). Vicevi i drugi humoristični sadržaji u ovome će se radu analizirati na temelju navedena Critchleyeva tumačenja (otuđivanja od svakodnevice) te tumačenja katarze kao oslobađanja negativnih osjećaja. Jolles piše da „naš život i naše mišljenje protječu nepokolebljivo u napetosti", a kada ta napetost postane prenapregnuta, nastojimo je olabaviti što nam najčešće uspijeva vicem (Jolles 1978: 183). Međutim tada više nije riječ o ranije spomenutoj poruzi, već o šali koja se odnosi na neko općenito stanje i koja nadilazi porugu jer u njoj prestaje ono negativno (usp. isto).[12]

Zbog društvenih mreža teren kazivanja vica više nije samo određeni lokalitet koji zahtijeva razgovor s kazivačima, već teren postaju društvene mreže, forumi, blogovi i slično. Tako internetska komunikacija postaje svojevrsni surogat klasičnoj usmenoj komunikaciji, no vic opstaje kao „usmeni fenomen i kao zapis, podložan svim načelima književnoteorijske prosudbe" (Botica 1996: 15). Užarević određuje vic kao gradski žanr, no takvo definiranje više nije važeće zbog već navedene promjene terena. Najbitnija karakteristika vica njegova je humorna bit koja se očituje na planu sadržaja (npr. humorne situacije iz svakodnevnog života) i na planu izraza (struktura i kompozicija).

Užarević (2012) opisuje strukturu vica koja može biti dvočlana ili tročlana. Tročlana struktura sastoji se od uvoda, logičkog produžetka/pripovjednog nastavka i kraja/poente. Drugi dio vica, logički produžetak, odnosi se na relativno opširno pripovijedanje (ponavljanja, varijacije, gradacije) ili na nultu naraciju (npr. u vicu strukture *pitanje-odgovor* nakon pitanja slijedi iščekujuća šutnja). Najvažniji je dio vica poenta prema kojoj vic ide i u kojoj se na kraju razrješuje. Ona mora biti neočekivana i zaprepašćujuća, ali i prirodna te logički transparentna i dohvatna (Užarević 2012: 74). Dvočlana struktura polazi od suprotstavljenosti poente i dijela koji joj prethodi, odnosi se na zadavanje zadaća i rješenja (kvazirješenja), ima dugačak početak i kratak kraj koji su različiti. Poenta u dvočlanoj strukturi ne proizlazi logički iz prvog dijela jer se prvi i drugi dio semantički ne podudaraju (usp. Užarević 2008).

[11] Katarza je pojam koji se pojavljuje u nekoliko znanosti te se tijekom povijesti različito tumačio. Kratki pregled tumačenja donosi mrežno izdanje Hrvatske enciklopedije (Katarza. *Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje.* Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2021. (Pristupljeno 20. 2. 2021). https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=30849)

[12] O problematici i objašnjenju termina vezanih uz humor, kao što su *šala* i *dosjetka*, više u Marković 2019.

Užarević ističe da karikatura i vic nisu ekvivalenti, već se karikatura može smatrati kao jedno od tehničkih sredstava u izgradnji vica. Komika karikature gradi se na preuveličavanju nekog karakterističnog fizičkog, psihičkog ili duhovnog detalja na račun cjeline (Užarević 2012: 73). Karikiraju se „negativna" obilježja kao što su tupost, nepokretnost, glupost (kao u vicevima o Bosancima), nasilnost, nakaznost, nespretnost i drugo. „Za razliku od karikature koja se na ovaj ili onaj način zasniva na prepoznavanju prikazivanoga objekta, vic posjeduje mnogo veći stupanj smisaone i strukturne autonomnosti" (isto). Vic ponekad i navodi konkretna imena (primjerice Perica, Ivica, Štef), ali predmet ismijavanja nisu ljudi kao individue, već njihova funkcija, status, profesija, pripadnost društvenoj zajednici. No kada se radi o ismijavanju negativnih osobina, vic neće imati ograničenja kao što je to u slučaju viceva o prehrani Kineza.

2.3. *Memovi*

Kao što je ranije rečeno, *memovi* dominiraju u „priči o koronavirusu". Definirajući vic Užarević (2008) spominje *memove* ili *replikatore* – osnovne jedinice kulture „koje odgovaraju pojmu gena u biologiji i šire se analogno virusnoj zarazi". Na prvi se pogled čini da su ovime objašnjeni *memovi* kakve susrećemo u priči o koronavirusu, posebno jer Užarević *memove* uspoređuje s virusnom zarazom. Međutim Užarević misli na memove koji su predmet proučavanja memetike, koji se u kulturi šire oponašanjem i time utječu na „zahvaćenog" pojedinca ili skupinu. Tu je teoriju 1976. razvio Richard Dawkins definirajući mem kao ideje, običaje ili tekstove koji se šire, primaju i razvijaju brže od gena (usp. Shifman 2016: 198). Međutim termin *meme* krajem prvog desetljeća 21. stoljeća postao je dio digitalnog jezika, a sada se veže uz brzo širenje slika, videozapisa i izraza (engl. *hashtag*). U odnosu na „stari" mem, internetski se *meme* brže širi i transformira, što omogućuje brojne varijacije, veću transparentnost jer su *lajkovi*, komentari, ali i dijeljenja vidljivi, te komunikaciju s većim brojem ljudi.

Limor Shifman definira internetski *meme* kao grupu digitalnih predmeta koji dijele zajedničke karakteristike sadržaja, oblika ili stava te ih pomoću interneta brojni korisnici šire, imitiraju i transformiraju (2016: 201). Širenje tih digitalnih predmeta ima važnu socijalnu ulogu koja često uključuje stvaranje i oporavak zajednice.

Internetski su *memovi* slike, videozapisi i kratki tekstovi koji su uglavnom humoristične prirode. Brzina širenja internetom, kratkoća i šabloniziranost njihove su glavne karakteristike,

a pojavljuju se u četiri oblika: tekstualni, slikovni, *memovi* fotografije, *videomemovi* (Predojević 2019: 152). U prikupljenom materijalu pronađeni su slikovni i tekstualni *memovi*, stoga će ta dva oblika u nastavku biti opisana.

Tekstualni *memovi* najčešće prenose aktualnu tekstualnu poruku. Uglavnom su to *hashtagovi* kao #ostanidoma ili #ostanimoodgovorni, ali to može biti i običan zapis koji govori o nekoj aktualnoj temi. Bitno je naglasiti da takav tip *mema* ne sadrži vizualni sadržaj što ga razlikuje od slikovnog tipa. Slikovni *meme* (*makromeme*) sadrži prepoznatljivu fotografiju popraćenu tekstom. Najčešće se postavlja fotografija neke poznate osobe ili lika iz stripa, ali i fotografija nepoznate osobe koja se upotrebljava zbog specifičnog izraza lica, položaja tijela ili aktivnosti koju ta osoba obavlja.

Ni *memovi*[13] ne mogu opstati u digitalnom svijetu ako ih internetski korisnici ne prihvate i ne šire dalje zbog čega se autori *memova* ponašaju slično kao i pučki pisci – stvaraju sadržaj koji je pratiteljima zanimljiv, a to su najčešće univerzalne teme i zajednički interesi:

„Valja naglasiti da, za razliku od popularnih svjetskih mrežnih stranica koje svakodnevno plasiraju nove meme univerzalnoga karaktera s kojima se može poistovjetiti internetski korisnik iz bilo kojega dijela svijeta, memi na mrežnim stranicama južnoslavenskoga areala često uspostavljaju određen odnos s tradicijskom kulturom" (Predojević 2019: 153).

Elementi pučkoga vidljivi su u spomenutoj tradicijskoj kulturi iz koje se stvaraju digitalni sadržaji namijenjeni ujedinjenju Južnih Slavena te u nestabilnoj autorskoj poziciji. Naime Predojević utvrđuje da u početku *meme* nije anoniman, već se anonimnost postiže popularnošću *mema* i brojem dijeljenja na društvenim mrežama. Osim toga Predojević piše da *tweet* (status na *Twitteru*) postaje *meme* kada ga netko pretvori iz *tweeta* u tekstualno-slikovnu poruku. To bi značilo da istraživački korpus ovoga rada većinski čine humoristični sadržaji u obliku *memova* koji su nastali od *tweeta*.

2.4. Grafiti

Užarević (2008) razlikuje književne mikroforme i jednostavne oblike. Mikroforme su maksimalno kratka književna djela koja se sastoje od dvije, tri ili četiri riječi. One se mogu

[13] Sukladno podjeli mehanizma komunikacijskog procesa koji donosi Kiril Čistov (2010), *memovi* se mogu odrediti kao hibridni oblik prirodne komunikacije (spontani kontakt izvođača i slušatelja kakav nalazimo u usmenoj književnosti) i komunikacije tehničkog tipa. U *memovima* se kontakt između autora i recipijenta ostvaruje tehničkim sredstvima, informacije su upućene koliko-toliko određenoj i stvarnoj, ali nepoznatoj publici te se estetska informacija može promijeniti.

pronaći u tradicionalnim usmenoknjiževnim žanrovima (poslovice, izreke, zaklinjanja, zdravice, psovke), pismeno-slikovnim žanrovima suvremene (gradske)[14] svakodnevice (grafiti, parole, transparenti, reklame, oglasi, spotovi) te u autorskim književnim žanrovima. U istraživačkom korpusu od mikroforma, točnije pismeno-slikovnih žanrova dominiraju grafiti čiji kratak teorijski pregled slijedi u nastavku.

U pogovoru svoga djela o suvremenim hrvatskim grafitima Stipe Botica opisuje grafite kao „urezan, utisnut natpis ili crtež na zidu ili nekoj drugoj površini" (2000: 383). Pisce grafita smatra se prijestupnicima koji „unakazuju" izgled javnog prostora, ali su ti pisci anonimni, ne ostavljaju potpise za sobom, osim možda stilske osobitosti. Iako nema jedne i jedinstvene poetike grafita, njihovi proučavatelji slažu se da se radi o jednostavnom mediju. No neovisno o jednostavnosti medija, autor grafita uspostavlja komunikaciju s čitateljem/gledateljem i na taj način prenosi svoje unutrašnje osjećaje i stavove o svakodnevici ili univerzalnim temama kao što su „odnos čovjeka prema ljubavi, prijateljstvu, glazbi, sportu, odnosima među spolovima, društvenoj i političkoj stvarnosti (EU, NATO…) i slično" (Đurđević i Gulešić Machata 2018: 618). Grafiti se smatraju znakovima vremena, a ističu se sociološkom, odnosno fenomenološkom te umjetničkom komponentom (isto: 617).

Grafiti se mogu vidjeti tek na konkretnom mjestu i u konkretno vrijeme što onemogućuje veće širenje njihove poruke. Danas postoje brojne stranice na društvenim mrežama koje prikupljaju i objavljuju fotografije grafita. Tako se njihova poruka širi dalje od jednog konkretnog mjesta, a i ako nestanu s neke površine, uspomena na njih i dalje postoji (usp. isto: 635). U Hrvatskoj se, osim grafita na hrvatskom jeziku, pojavljuju i grafiti na stranim jezicima među kojima dominira engleski jezik (isto: 618). Prema Ključaninu grafiti se mogu podijeliti u dvije skupine: jednostavni grafiti koji se odnose na inicijale, imena, simbole i sl. te složeni grafiti koji se dijele na slikovne i tekstualne (isto: 622). Izražena obilježja grafita su zamjene i dodavanje novih elemenata unutar strukture, a na razini jezika ističe se igra riječima (isto: 626). Što se tiče pravopisa, grafiti nerijetko zanemaruju pravopisna pravila zbog izraza bunta prema autoritetu (isto: 629, 633), no grafiti iz prikupljenog korpusa ne sadrže veće otklone od pravopisne norme (najčešća je neupotreba zareza uz vokativ). Osim toga, česta su ispuštanja interpunkcijskih znakova jer se smatraju zalihosnima, no uskličnik se ne ispušta kada ima funkciju naglašavanja važnosti sadržaja (usp. isto: 631–632). Jezik grafita koji se pojavljuju

[14] Pridjev gradski može se zanemariti jer se danas fotografije tih pismeno-slikovnih žanrova objavljuju na brojnim stranicama, pa lokalno ograničenje ne postoji.

u analizi razgovornog je stila i sadrži psovke ili neprimjerene riječi (vulgarizmi), a kao i kod viceva, njihov sadržaj djeluje katarzično u teškim danima pandemijske krize.

2.5. Digitalni svijet

Christine Hine u svome radu iz antropološke perspektive tvrdi da je potrebno „preispitati impliciranu predodžbu o ograničenosti kultura" (2004: 43). Naime kulture su sve više povezane zbog raširenosti migracija i medijske zasićenosti svih dijelova svijeta.[15] Upravo je homogenizacija društva, koja se temelji na zajedničkim vrijednostima koje najčešće šire i stvaraju mediji, pretpostavka masovne književnosti (v. Pavličić 1987: 77).

Nancy Baym bavila se proučavanjem humora u, kako ona to naziva, računalno posredovanoj komunikaciji *online* skupine *Usneta.* Zaključila je da „humor […] pokazuje da se solidarnost računalno posredovanih grupa može pojačati uz pomoć referenci na zajedničko znanje, poput poznavanja sapunice, drugih tekstova pop kulture i ranijih rasprava grupe" (Baym 2004: 188). U analizi će se pokazati da je najčešća referenca popularne kulture u istraživanom korpusu serija *Prijatelji* (engl. *Friends*), kojom se uspješno homogenizira generacijski i iskustveno raznolika komunikacijska zajednica.

Iva Pleše i Reana Senjković digitalni svijet nazivaju internetskim krajolicima i naglašavaju da se oni neprestano mijenjaju te da se razlikuju jer ih oblikuju programi, „a zatim ih *naseljavaju* i nanovo oblikuju njihovi *korisnici*" čije se ponašanje ne može predvidjeti, uspostaviti niti posve kontrolirati (Pleše i Senjković 2004: 5).

Ti su istraživački uvidi bitni kako bi se stvorila što bolja predodžba o terenu kojemu se pristupa u analizi ovog rada. Zajednički interesi i iskustva koja se dijele na društvenim mrežama postali su važniji nego ikada prije zbog izostanka kontakta u realnom prostoru i vremenu.

3. Analiza korpusa

Zajedničke su karakteristike većine prikupljanog materijala koji će se analizirati humorističnost,[16] zajedničko iskustvo (u ovom slučaju širenje koronavirusa i potresi na

[15] Hine to piše 2004. godine, otad se stanje promijenilo, svijet je postao „globalno selo".
[16] U svom uvodnom poglavlju o humoru Critchley kaže da smo svi autoriteti i stručnjaci za ono što nas zabavlja (2007: 12). Zato je teoretičarima teško odrediti opće kriterije koji nešto čine humorističnim. U ovoj analizi nalaze se primjeri koje autorica ovog rada doživljava humorističnima, a zbog eventualnog razilaženja u mišljenjima objasnit će se zbog čega je neki primjer humoristican.

zagrebačkom području), identitetska uloga (stvaranje zajednice ljudi sličnih interesa), anonimnost autora, brzina širenja i velika količina sličnog sadržaja. U teorijskom okviru naglasilo se da je u pučkoj književnosti ukus zajednice glavni kriterij pri pisanju i oblikovanju pučkih tekstova. U „priči o koronavirusu" vidi se isti kriterij – humoristični sadržaji uspješno se šire internetom upravo zato što globalna zajednica traži humor kao olakšanje u teškim vremenima. Korisnici društvenih mreža iz raznih izvora svakodnevno primaju vijesti o pandemiji koronavirusa u Hrvatskoj i svijetu. Na svojim profilima nisu dijelili i neće dijeliti vijesti, već će svojom kreativnošću osmisliti humorističan sadržaj. Još su bolje prihvaćeni oni materijali koji se referiraju na neka poznata djela i popularnu kulturu. U teorijskom okviru o pučkoj književnosti navedeno je da su pučki tekstovi podložni promjeni, kraćenju, prilagođavanju i lokalizaciji (usp. Pavličić 1987: 76). Isto se događa i na digitalnom terenu: *memovi* i reference na popularnu kulturu (filmovi, serije, pjesme) podvrgnuti su prilagođavanju i lokalizaciji.

3.1. *Memovi* i vicevi

Prvi primjer (slika 1) ove analize pokazuje svijest autora i recipijenata o brzini širenja humorističnog sadržaja o koronavirusu za što su prije svega zaslužne društvene mreže. Anonimni autor, koji se zapravo krije iza imena stranice, humoristične sadržaje određuje kao viceve što ne čudi jer su vicevi vrlo raširen humoristočan oblik. Ova objava nije vic, ona ima humoristočan sadržaj koji se ovdje postiže „fotografijom koronavirusa", odnosno personifikacijom virusa. Virusu se pripisuju osobine ljudskog neprijatelja kojemu je cilj zaraziti što je moguće više ljudi, a izjavu koja je napisana virus shvaća kao porugu i kritiku na svoj račun što se iščitava iz položaja tijela. Treba napomenuti da je ova objava objavljena 21. ožujka 2020. kada se virus toliko proširio da je u brojne države svijeta uvedena karantena zbog čega su i nastali brojni materijali o koronavirusu.



O humoru u internetskoj komunikaciji o serijama više u Baym 2004.

Slika 1 (ožujak 2020, Facebook)

Sljedeći vic autorica ovog rada čula je u komunikaciji sa svojim ocem što potvrđuje da se vicevi o koronavirusu, uz društvene mreže, šire i usmenim putem:

Nekad bi ljudi kašljali da prikriju da su prdnuli. A sad prdnu da se ne skuži da kašlju (V. Š.).

Humor u ovom vicu tročlane strukture postiže se kontrastom i referiranjem na zbilju. Naime ljudi uistinu ponekad kašlju kako bi prikrili glasno ispuštanje plinova, ali danas se na kašljanje, pa i kihanje, prijekorno gleda jer su jedni od simptoma zaraze koronavirusom. U nastavku slijede slični primjeri koji svojim oblikom nisu vicevi, ali su humoristični. Slike 2, 3, 4 i 5 po vrsti su slikovni *memovi* i humor se u njima postiže smiješnim fotografijama (mačka koja kašlje, starac s velikim nosom) ili fotografijama čije se značenje prilagođava novonastaloj situaciji (kuća na osami do koje je teško doći i srednjovjekovni crtež vragova koji odvode čovjeka u pakao).



Slika 2 (travanj 2020, Facebook)



Slika 3 (ožujak 2020, Facebook)



Slika 4 (ožujak 2020, Instagram)[17]

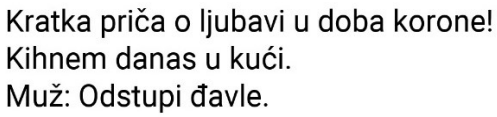


Slika 5 (svibanj 2020, atv)

[17] Slobodni prijevod: „Ideš u pakao!" - „Dečki, ali ja sam kihnuo zbog prašine…".

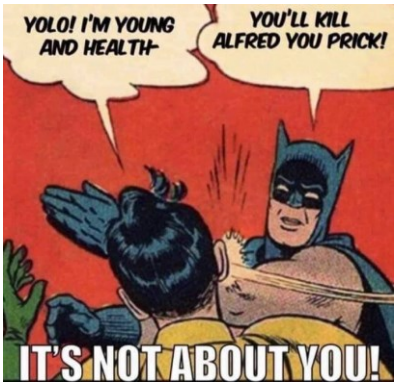
Slika 6 (tekstualni *meme*) humoristična je, ali također djeluje kao katarza jer osoba dijeli svoje misli i osjećaje. Proljetne alergije započele su baš u vrijeme kada se koronavirus daleko proširio, pa se na ljude koji pate od alergija, odnosno koji kišu i imaju upale gornjih dišnih puteva, prijekorno gledalo. Slika 7 (objava s privatnog *Facebook* profila) progovara i o odnosima u braku što je često tema viceva, a muževa izjava „Odstupi đavle" ima basmičnu namjeru tjeranja bolesti.[18]





Slika 6 (ožujak 2020, Instagram) *Slika 7 (ožujak 2020, Facebook)*

Kako bi se prikazala šabloniziranost *memova*, navode se četiri primjera slikovnih *memova* koji su nastali prema istoj slici. Radi se o dijelu iz stripa kada Batman šamara Robina, a u *memovima* se koristi kako bi se pokazala iznerviranost zbog nečije gluposti. Ova scena stripa počela se širiti društvenim mrežama kada je aktualna tema bila *pizza* s ananasom, a iz primjera se vidi da se zadržala i za „buduće gluposti". Varijaciju na temu, odnosno prilagođeno šamaranje kojim se pokazuje da se poštuju mjere zaštite od zaraze koronavirusom pokazuje slika broj 12. Batman drži distancu od Robina, nosi masku i šamara ga dugačkim alatom. Taj alat sastavljen je od dva dijela što pokazuje da ljudi trebaju među sobom držati veliku distancu. Na taj način poučno proizlazi iz zabave i reference na popularnu kulturu.





Slika 8 (svibanj 2020, Facebook) *Slika 9 (ožujak 2020, Instagram)*

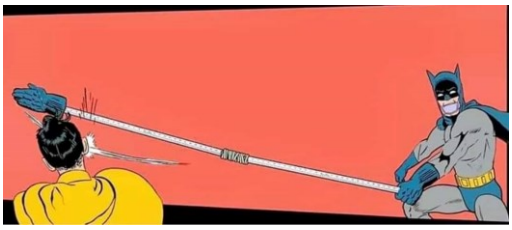
[18] O basmama više u Kekez 1996: 281–290.



Slika 10 (svibanj 2020, Instagram)



Slika 11 (svibanj 2020, Instagram)



Slika 12 (svibanj 2020, Facebook)

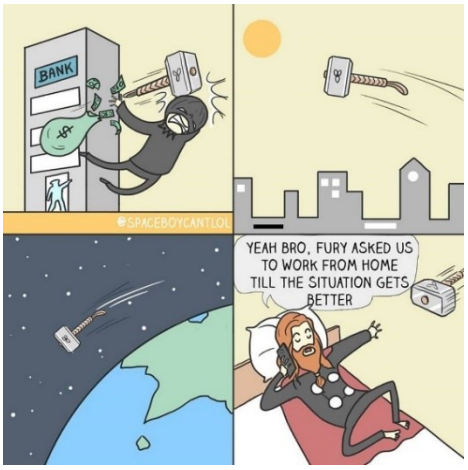
U sljedeća dva primjera tendencija je pokazati prilagodbu popularne kulture, odnosno stripa. Takav je postupak jedan od najčešćih u prikupljenim sadržajima pa će se i kasnije spominjati.



Slike 13 i 14 (svibanj 2020, Facebook)

Slike 13 i 14 također posredstvom zabave djeluju poučno. Zabava je sam strip s jednim od najpoznatijih superjunaka, a poučnost proizlazi iz toga što se i ovdje, kao i u prošlom primjeru, Batman pridržava uputa Kriznog stožera ili kojeg drugog mjerodavnog tijela. Batman ne ostvaruje fizički kontakt s kriminalcem koji nosi masku na licu, a kada dođe doma, odjeću stavlja na pranje i batler mu dezinficira „produžnu" šaku, baš kao što bi i ljudi trebali dezinficirati svoje mobitele. Ovime se ljude želi poučiti da budu odgovorni kao što je Batman odgovoran, odnosno da se i oni mogu osjećati kao superjunaci koji, osim što spašavaju svijet,

brinu i o tome da ne šire zarazu. No bitno je dodati da superjunaci ostaju doma kada se to od njih traži i time pokazuju odgovornost i poslušnost vlasti što se vidi na slikama 15 i 16. Iz ovih primjera može se zaključiti da su sadržaji vrlo slični, a poruka im je ista. Potrebno je naglasiti da se ovakvom prilagodbom stripa, referencom na popularnu kulturu ironizira prikazana situacija jer pretjerana odgovornost superjunaka upućuje na strah od malenog i nevidljivog virusa te umanjuje njihovu hrabrost i nepobjedivost.





Slika 15 (svibanj 2020, Facebook) *Slika 16 (travanj 2020, Facebook)*

Iako se ovaj rad primarno ne bavi sadržajima koji iskazuju zahvalu svim ljudima koji su na „prvoj liniji obrane", zbog konteksta će se navesti dva primjera koja pokazuju da su ljudi u ovim kriznim vremenima u svome okruženju prepoznali istinske heroje, superjunake.

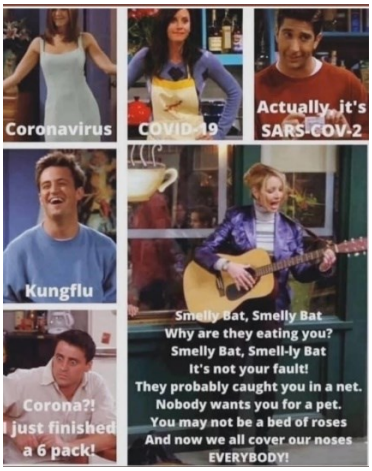




Slika 17 (travanj 2020, Facebook) *Slika 18 (travanj 2020, Facebook)*

Kultna serija *Prijatelji*, koju vole brojne generacije, svoju je popularnost dokazala i za vrijeme karantene kada su ljudi imali „višak" vremena. Neki su je u karanteni prvi put pogledali, a drugi su pak sadržaj serije prilagođavali novonastaloj situaciji u okviru metanarativa „priče o koroni". Prilagodba je bila uspješna jer je i sama serija humoristična te je svaki njezin lik poseban na svoj način što je omogućilo brojne reference na *Prijatelje*. Ljudi koji nisu gledali

seriju već su zbog njezine popularnosti, ali i konteksta, naučili tko je kakav lik i kako nastaje humor. Na slici broj 19 likovi različito nazivaju koronavirus. Rachel koristi neutralni naziv, Monica je nešto preciznija zbog svog opsesivno-kompulzivna ponašanja, a Ross kao paleontolog koristi znanstveni naziv. Ostala tri lika smješnija su jer se ne radi samo o nazivima koronavirusa. Chandler je poznat po svom sarkastičnom humoru što se vidi i u neologizmu *kungflu*: *kung-fu* kineski je borilački sport, *fu* se pretvorio u *flu* (gripu) što opisuje bolest uzrokovanu koronavirusom – iz Kine je i slična je gripi. Sličan naziv upotrijebljen je u „klasičnom"[19] *memu* na slici 20. Joey je prostodušan i priglup što pokazuje i njegova reakcija: popio je pivo *Corona* koje dijeli ime s virusom te misli da se tako zarazio. Za Phoebe se može reći da se često ponaša čudno, ali je dražesna. Njezina čudna pjesma *Smelly Cat* odlično se prilagodila priči o koronavirusu. To je postignuto prije svega minimalnim parom /kæt/ – /bæt/, a onda i izmijenjenim leksikom pjesme.





Slika 19 (travanj 2020, Instagram) *Slika 20 (ožujak 2020, Facebook)*

Budući da se sadržaji koji se temelje na seriji *Prijatelji* odnose i na druge životne aspekte, u nastavku će se navesti još nekoliko primjera koji se referiraju na seriju. Pritom će se navoditi i drugi digitalni sadržaji koji imaju sličnu poruku kako bi se ponovno ukazalo na sličnost sadržaja materijala s društvenih mreža te na „univerzalne" teme vezane uz koronavirus. Početkom kolovoza počeo se širiti videozapis[20] koji je, zapravo, kompilacija replika likova i scena iz serije *Prijatelji.* Poruka koju videozapis šalje ogorčenost je ovom godinom i svime što

[19] Taj je *meme* „klasičan" u smislu da se šablona (fotografije slijeva) pojavljuje kad god postoji opreka u sadržaju.
[20] Videozapis se može pogledati na https://www.facebook.com/watch/?v=302874324286349&extid=6AjlWIFju0rsylSo (zadnje posjećeno 25. 6. 2020).

se dogodilo u njoj[21]: likovi govore da mrze ovu godinu koja je „trebala" biti dobra, da je novonastala situacija ludost, zatim se pojavljuju neke replike koje se tiču same pandemije (unutra je dobro, vani je loše; operi ruke).

Ogorčenost 2020. godinom pokazali su i brojni *memovi*, a samo neki od njih mogu se vidjeti na slikama 21–25. Kako bi se utješili, ljudi koriste ironiju o kojoj je pisao Jolles. Iako nisu vicevi, jasno je da ovi slikovni *memovi* potječu od iste tendencije – ono što nam je blizu želimo promijeniti jer je nedostatno. Prva tri primjera tiču se svih problema u prvoj polovini ove godine: osim pandemije koronavirusa i popratnih problema, svijet se suočio s brojnim prosvjedima, neredima na ulicama, prirodnim nepogodama, ekološkim katastrofama i ekonomskom krizom. Autori, ali i svi korisnici koji dijele ovaj sadržaj, pokazuju da su umorni od loših vijesti koje slušaju svaki dan, a upravo im ovakve objave nude olakšanje, slabljenje napetosti. Zanimljivo je što postoje brojne varijacije na ovu temu (fotografija TV-prodaje, film *Zvjezdane staze* i serija) koje nastaju čim se pojavi neki novi problem, šteta ili katastrofa.



Slika 21 (ožujak 2020, Instagram)



Slika 22 (ožujak 2020, Instagram)



Slika 23 (lipanj 2020, Facebook)

[21] Ne smije se zanemariti činjenica da se svijet uz pandemiju koronavirusa borio i s brojnim etičkim, socijalnim, ekološkim i političkim problemima.

Sljedeća dva primjera pokazuju po čemu će se 2020. godina najviše pamtiti – po koronavirusu. Maske su stalni motiv na društvenim mrežama (kasnije više o njima) i tema su brojnih prijepora u društvima pa ne čudi da su postale „službenom" zastavom 2020. godine. Slika 25 zanimljiva je zbog programerskog konteksta: 2020. godina shvaćena je kao program koji je na Novu godinu instaliran, ali za koji smo kasnije shvatili da „ne radi" dobro, odnosno da ima virus. Tako se realni, fizički kontekst prebacio u digitalni, kompjuterski kontekst zbog čega nastaje humor koji kulminira u objavi na slici 26. Budući da u to vrijeme još uvijek nije bilo pronađeno cjepivo, primjenjuju se iskušane metode, u ovom slučaju antivirusi za računala koji zapravo nemaju nikakvu korist u borbi protiv „pravog" virusa.



Slika 24 (kolovoz 2020, Facebook)



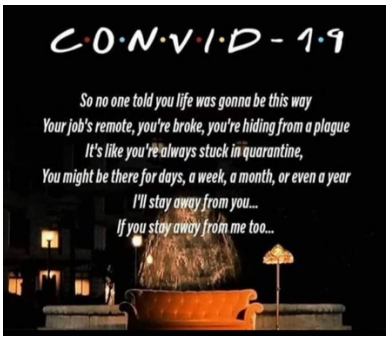
Slika 14 (ožujak 2020, Instagram)



Slika 156 (travanj 2020, Facebook)

Vrlo poznata uvodna pjesma *Prijatelja* prilagođena je novoj stvarnosti autora i recipijenata. Motivi novonastale situacije prepoznaju se u naslovu, koji ima tipfeler (piše CONVID-19 umjesto COVID-19), spominje se rad na daljinu, pandemija i karantena za koju

se nije znalo kada će završiti, nazire se ekonomska kriza i socijalna distanca. Tako puno referenci na koronavirus i njegove posljedice uspješno je ugrađeno u postojeću pjesmu i to u samo nekoliko stihova. Može se zaključiti da su autori nove verzije pjesme vrlo kreativni, a to se očituje u još jednoj, svima znanoj pjesmi grupe *Queen*.

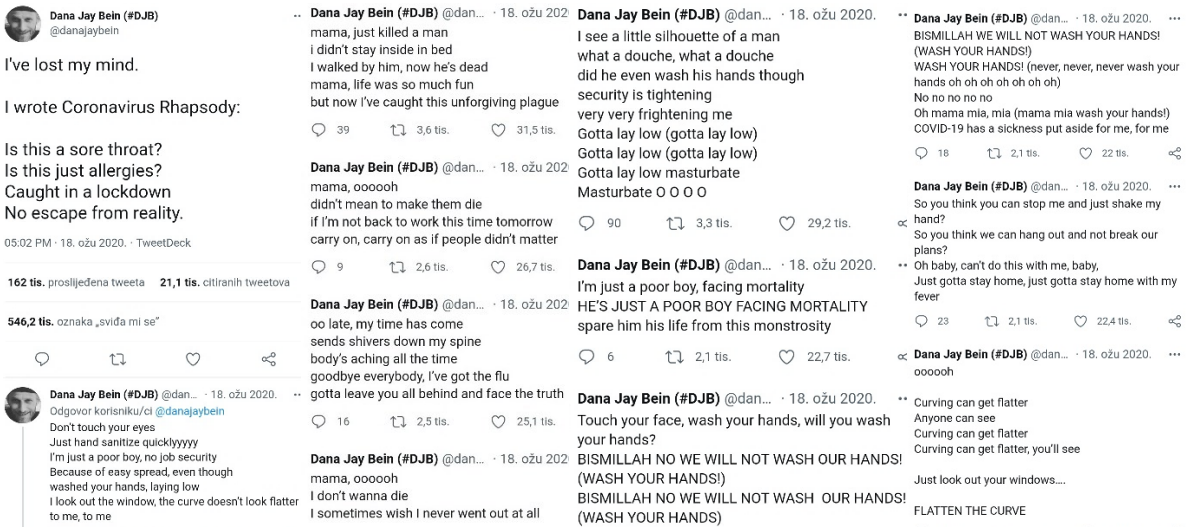


Slika 167 (ožujak 2020, Instagram)

Prije svega, slike 28–31 potvrđuju Predojevićevu tvrdnju da neki *tweet* postaje *memom* kada se pretvori u fotografiju i takav se dalje širi po „digitalnim krajolicima". Autor je u statusu i komentarima ispod statusa ispisao svoju preradu pjesme *Bohemian Rhapsody* grupe *Queen*. Kao i raniji primjer, u ovoj pjesmi zastupljeni su najfrekventniji motivi vezani uz pandemiju koronavirusa. To su simptomi koji podsjećaju na simptome gripe i koji su bezbroj puta bili upisivani u *Google* tražilicu. Zabrinutost o pojavi mogućih simptoma autor je prenio u tekst pjesme. Ono što tu obradu čini humorističnom mijenjanje je teksta i njegovo prilagođavanje melodiji pjesme. I ovdje je vidljiva uloga katarze jer autor ironizira svoj strah te ga umanjuje pri čemu se povezuju zabrinuti korisnici. Četiri dana nakon što je autor objavio svoju obradu teksta, na *YouTube* kanalu objavljena je uglazbljena nova verzija s nešto izmijenjenim tekstom.[22] U brzo širenje digitalnih sadržaja različitim društvenim mrežama autorica se ovog rada uvjerila kada je tekst, koji je inače objavljen na *Twitteru*, vidjela na *Facebooku*, a nekoliko je dana kasnije u poruci na *WhatsAppu* dobila video pjesme koju je kasnije našla na *YouTubeu*. Slika 32 poziva na odgovornost sve korisnike nekog, vjerojatno, ugostiteljskog objekta tako što unaprijed osuđuje, ali i posramljuje one koji ne nose masku na licu. Slika frontmena grupe *Queen* te stih *you big disgrace* olakšava prepoznavanje pjesme *We Will Rock You.* Komično je u ovom natpisu, ali i objavi, što čitatelj u svojoj glavi čita riječi kao što ih Freddie Mercury izgovara, tj. pjeva.

[22] Videozapis se može pogledati na https://youtu.be/8KPbJ0-DxTc (zadnje posjećeno 25. 6. 2021).

Iako nije riječ o preradi pjesme, kultna slika članova grupe *The Beatles* prilagodila se novonastaloj situaciji: John Lennon vraća se natrag jer je zaboravio masku. Ta objava (slika 33) na zabavan način poučava prije svega obožavatelje grupe *The Beatles* da je nošenje maske toliko važno da se i ovo poznato prelaženje pješačkog prijelaza moralo prekinuti.



Slike 28–31 (ožujak 2020, Facebook)



Slika 32 (lipanj 2020, Facebook)



Slika 33 (srpanj 2020, Instagram)

Na slici 34 glumci iz serije *Prijatelji* primorani su, kao i ostatak svijeta, komunicirati pomoću programa i aplikacija za komunikaciju na daljinu. Naime 2020. su godine trebali snimiti i emitirati još jednu epizodu što im zbog pandemije koronavirusa nije uspjelo, pa se posao odrađivao na *Skypeu*. Ovaj *meme* pokazuje zajedničko iskustvo svih onih koji rade na daljinu pomoću programa za *online* komunikaciju. Tako i slika 35 unosi humor (smiješne fotografije kućnih ljubimaca koji su personificirani pomoću kapa za maturu/diplomu)

podsjećajući na nesretnu situaciju maturanata koji u Hrvatskoj, ali i svijetu, nisu doživjeli „čari" posljednjih tjedana srednjoškolskog obrazovanja.



Slika 34 (svibanj 2020, Facebook)



Slika 35 (svibanj 2020, Facebook)

Da rad od doma roditeljima stvara probleme, pokazuje slika 36. Humor se postiže slikom svezane djece zalijepljenih usta kako ne bi ometali majku dok radi. Ovaj *meme* pobuđuje suosjećanje roditelja, a zbog dijeljenja istog iskustva recipijenti-roditelji doživljavaju olakšanje. Slika 37 ne pruža nadu da će rad i školovanje od kuće prestati jer Descartesova prilagođena i osuvremenjena, a zbog toga i humoristična, tvrdnja glasi *Covid, dakle Zoom.* Leksička prilagodba stvara humor zbog glasovne sličnosti riječi *cogito* i *covido* (inačica naziva koronavirusa osmišljena za potrebe navedenog *mema*) te *sum* i *Zoom* [zum].



Slika 36 (ožujak 2020, Facebook)



Slika 37 (srpanj 2020, Facebook)

Slika 38 prikazuje dijalog između Phoebe i Joeya u kojem Joey zapravo ni ne sluša što mu se govori. Humor ovog *mema* temelji se na humorističnoj sceni iz serije, a nova poruka pokazuje da se neki ljudi ponašaju kao Joey i ne poštuju upute da ostanu doma. Iako je u ovom obliku poruka smiješna, u realnosti to nije tako jer se nepridržavanjem mjera povećava broj novooboljelih. Slika 39 jedan je od primjera bodrenja ljudi da ostanu doma referiranjem na

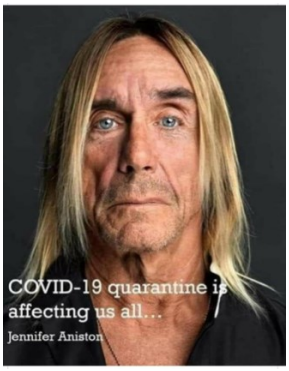
junake koji spašavaju svijet. Zabavno je u ovom *memu* to što se ljudima daje mogućnost da postanu junaci tako da doslovno ni prst ne pomaknu, a time se ujedno poučava ljude da je važno ostati doma. Humor se ostvaruje izvrtanjem tipične junačke pozicije, herojskog pothvata – svijet se spašava nedjelovanjem, a ne djelovanjem. Iz dosadašnjih primjera primjećuje se da se superjunaci često spominju kao uzor te da ljudi imaju potrebu osjećati se ili prozivati drugoga nadnaravnim čovjekom jer se time stvara iluzija nadmoći nad virusom.





Slika 38 (ožujak 2020, Facebook) *Slika 39 (ožujak 2020, Facebook)*

Budući da su sve usluge (frizer, manikura, pedikura i sl.) i trgovine koje nisu prodavale živežne namirnice neko vrijeme bile zatvorene, ljudi nisu vodili puno brige o svojem izgledu. Na to upućuje slika 40 na kojoj se lijepa glumica Jennifer Aniston preobrazila u muškarca. Humor je postignut fotografijom i pseudoizjavom glumice da karantena utječe na sve. „Suosjećanje" za sve koji su se udebljali u karanteni pokazuje lik Monice. Ovdje se referira na njezinu prošlost kada je imala višak kilograma, a humor je nastao redoslijedom drukčijim od onoga u seriji (prvotno stanje jest „sadašnja", mršava Monica, a rezultat karantene pretila je Monica iz prošlosti).





Slika 40 (svibanj 2020, Facebook) *Slika 41 (travanj 2020, Instagram)*

Na *memovima* se često koristi zamjenica u prvom licu jednine tako da njihovu poruku recipijenti mogu prisvojiti, odnosno poistovjetiti se s anonimnim autorom i oformiti, barem na neko vrijeme, zajednicu. U sljedećih nekoliko primjera koji se tiču serije *Prijatelji* uz fotografije likova stajat će i njihova replika iz serije koja se prilagođava novom kontekstu. Taj je novi kontekst najčešće napisan iznad fotografije te poput kratkog narativa opisuje situaciju u kojoj se navedena replika izgovara. Slika 42 odnosi se na introverte koji inače rijetko izlaze iz svojih domova, a koji se bune što im je sada oduzeta mogućnost izlaska van. Rachelina replika ostvaruje humor jer se referira na njezino katkad razmaženo ponašanje u seriji: iako zapravo nije zakinuta, ona inzistira na iskazivanju svoga mišljenja. Primjer sa slike 43 govori o istoj temi, ali se ovdje humor postiže pokretom, odnosno položajem očiju lika iz animiranog filma koji šuti i biva začuđen otkrivenom činjenicom da on i inače „živi u karanteni".





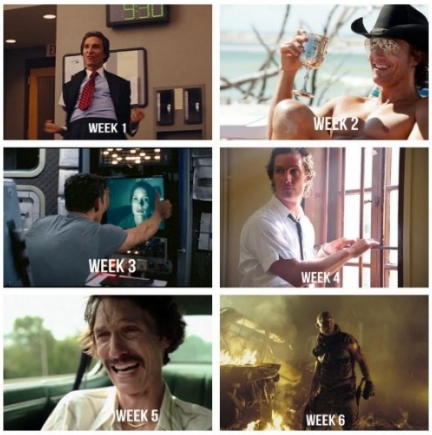
Slika 42 (travanj 2020, Facebook) *Slika 43 (ožujak 2020, Instagram)*

I dok se sugerira da introverti nisu ni primijetili razliku između karantene i svog načina života, ekstrovertima je bilo izuzetno teško.[23] Slike 44 i 45 pokazuju da je situacija eskalirala. Joeyeva replika da bi se mogao ubiti koliko se dobro osjeća stvara humor koji proizlazi iz sarkastične replike. U drugom primjeru pojavljuju se razne filmske uloge Matthewa McConaugheya koje predočavaju etape karantene. Na početku je ljudima bilo drago što ostaju doma jer su mogli duže spavati, odmarati se, gledati serije i filmove, čitati knjige i slično, ali već nakon otprilike mjesec dana ostajanje doma postalo je naporno za psihičko zdravlje, što se vidi iz priloženog. Prerada pjesme Britney Spears *Baby One More Time* pojavljuje se u videozapisu[24] u kojem žena od dosade u ventilator pjeva izmijenjene riječi pjesme: „Covid-19

[23] U ovom su kontekstu introvertiranost i ekstrovertiranost pojednostavljene radi društvene diferencijacije. Introverti su shvaćeni kao osobe koje izbjegavaju (velika) druženja i koje svoje slobodno vrijeme radije provode u samoći, dok su ekstroverti opisani kao osobe kojima su druženja izrazito važna za svakodnevni život te su ponekad zbog svoje potrebe za druženjem naporni.
[24] Videozapis, nažalost, više nije dostupan.

is killing me (and I), I must confess I hate quarantine (quarantine). I miss my friends, I'm losing my mind". Humor ovih triju opisanih sadržaja ima opuštajuću funkciju i povezuje velik broj ljudi kojima je novonastala situacija bila teško izdržljiva.

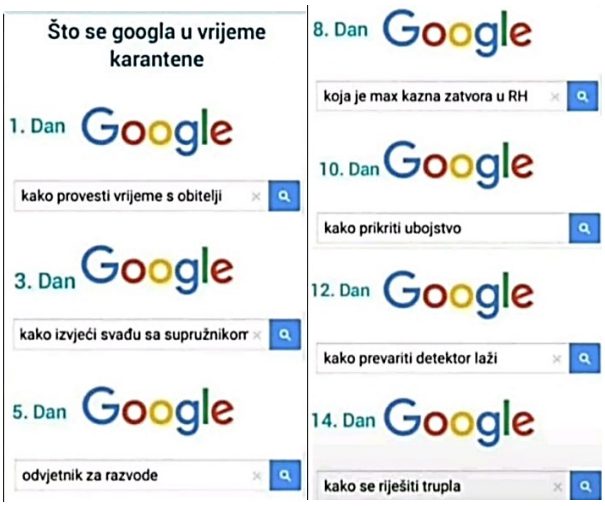




Slika 44 (ožujak 2020, Instagram) *Slika 45 (svibanj 2020, Facebook)*

U vicevima se pojavljuju humorne situacije iz svakodnevnog života koje se često tiču obitelji i braka. Iako se ne radi o vicu, u sljedećim se primjerima prepoznaju identični mehanizmi postizanja humora. Phoebe je inače vrlo izravan lik koji bez imalo uljepšavanja iznosi svoje mišljenje, ali ne zato što je zlonamjerna, već jednostavno ponekad ne razumije društvene konvencije. Iz toga proizlazi humor u seriji, ali i u *memu* (slično se ponaša i Sheldon u seriji *Teorija velikog praska*, njegov lik se također pojavljivao na društvenim mrežama, ali ne u velikoj mjeri). Tekstualni *meme* (slika 46) daje utjehu recipijentima jer se potvrđuje da je normalno da se nekada članovi obitelji ne podnose. Tu poruku proširuje slika 47 na kojoj se pojavljuje tražilica *Google* i sadržaj koji se pretražuje. (Crni) humor proizišao je iz gradacije traženih pojmova: u početku je atmosfera pozitivna i smirena, a na kraju netrpeljivost eskalira ubojstvom. Spominjanje ubojstva ne znači da će netko nekoga stvarno ubiti ili da se takav čin opravdava, samo se izriče hiperbola misli koje se mogu pojaviti u glavi pojedinaca što stvara crni humor.



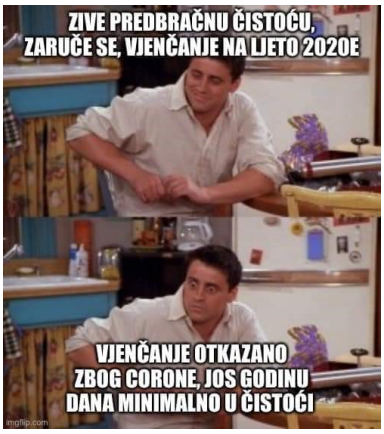


Slika 46 (travanj 2020, Instagram) *Slika 47 (travanj 2020, Facebook)*

Na hrvatskim su stranicama i profilima društvenih mreža česte humoristične objave koje se tiču svih stadija (pred)bračnog života. Prije svega, stvara se ironija (ako se vodimo Jollesovim određenjem da se ironijom u vicu koristimo da bismo se rugali onomu što nam je blisko, čemu pripadamo) predbračne čistoće i trudnoće kao razloga za vjenčanje, tj. aludira se na seksualnu aktivnost recipijenata. Nove mjere za vjenčanja i svadbe (slika 48) protivne su željama i potrebama mladenaca. Na slici 48 humor proizlazi najprije iz svima poznate geste Miše Kovača – raširene ruke kao znak da publika pjeva – i slike ministra zdravstva, Vilija Beroša koji zabranjuje odlazak na vjenčanje zbog povećanog broja zaraženih na svatovskim slavljima. Slika ministra Beroša na kojoj mogući pisani sadržaj zamjenjuje izraz ministrova lica olabavljuje strogost i autoritet zdravstvene institucije, ali i autoritet ministrove funkcije što je čest način stvaranja humora o vlasti i politici. Sljedeća dva primjera (slike 49 i 50) pokazuju da su trudne mladenke zabrinute jer dijete koje je začeto prije braka neće roditi u braku, što se kosi s hrvatskom tradicionalnom predodžbom, dok vjernici koji žive predbračnu čistoću tuguju zbog odgađanja spolnog općenja. Slikom 49 izraženo je stereotipno shvaćanje da je razlog vjenčanja u vjernika okončanje predbračne čistoće.



Slika 48 (srpanj 2020, Facebook)



Slika 49 (kolovoz 2020, WhatsApp)



Slika 50 (srpanj 2020, Facebook)

Slika 51 primjer je cinična humora za koji Marković utvrđuje da je uperen „protiv nametnutih nam uzda ustanova, institucija, nametnutih propisa" (2019: 92). Jedna je od tih institucija brak „jer nijedna nam institucija u tolikoj mjeri ne uskraćuje pravo na spolnu slobodu, nigdje kultura toliko ne zadire u spolnost kao u braku" (isto). Kao reakcija na nove mjere nastale su objave koje prenose potištenost hrvatskih građana zbog nemogućnosti izvršavanja ustaljenih svatovskih običaja – plesanje kola i vlakića – koji se često shvaćaju kao vrhunac proslave. Humor nastaje onog trena kada se ironizira i preuveličava tuga zbog ukidanja plesanja na svadbama čime se potiče recipijente da s odmakom pogledaju na stvarnost i procijene važnost svadbenih običaja u odnosu na pandemijsku situaciju (slika 52).



Slika 51 (svibanj 2020, Instagram)



Slika 52 (srpanj 2020, Facebook)

U objavama koje tematiziraju bračni život ne pojavljuju se seksizam i lascivni humor, već se humor ostvaruje osvješćivanjem svakodnevnog odnosa supružnika. Žene se najčešće šale da su zbog maski zamijenile svoje muževe u dućanu (slika 53), čime se ismijavaju muževi koji su stereotipno shvaćeni kao nesamostalni i zaostali u razvoju, a muškarci se šale na račun svojih žena koje za vrijeme karantene nisu mogle ići na manikuru i frizuru, što je stereotipno shvaćanje žena.[25] I autorica Tisja Kljaković svojim ilustracijama dočarava svakodnevicu, pokazuje ono što publika prepoznaje iz vlastitog iskustva koje se često smatra individualnim. Kljaković svojim radovima pokazuje situacije koje zapravo nisu individualne, već opće i uobičajene što za posljedicu ima povezivanje recipijenata. Osvješćivanjem općeg iskustva i retrospektivnim sagledavanjem prepoznatih svakodnevnih situacija nastaje humor. Ipak, treba naglasiti da su ilustracije Kljaković najprije vezane uz dalmatinsko, a zatim i šire hrvatsko područje, stoga je upitno bi li te ilustracije bile zanimljive drugim narodima.





Slika 53 (ožujak 2020, Facebook) *Slika 54 (travanj 2020, Facebook)*

Kulminaciju negativne bračne svakodnevice dočaravaju sljedeća dva primjera koja govore o rastavi kao rezultatu međusobne netrpeljivosti supružnika u karanteni. Humor je postignut preuveličavanjem količine posla koji će obavljati prvenstveno odvjetnici za rastavu braka, a bitna je i katarzična funkcija humora jer korisnicima koji su u procesu rastave pokazuje da je društvo svjesno da u braku postoje problemi koji mogu dovesti do razvoda.

[25] „Rodni stereotipi podrazumijevaju osobine ili ponašanja koja se smatraju tipično ženskima ili muškima, čak i kada ne odgovaraju stvarnom stanju. Djeluju tako da naglašavaju određene karakteristike kao ženske ili muške te stvaraju norme ponašanja, stavova, odijevanja, izgleda" (Sever Globan, Plenković i Varga 2018: 82). Rodni se stereotipi pojavljuju pri opisu obaju spolova: za žene se misli da im je bilo teško u karanteni jer nisu mogle ići frizeru, pedikeru i u trgovačke centre, dok se za muškarce misli da su za vrijeme karantene patili zbog zatvorenih birtija, otkazanih utakmica i „prisilnog" stalnog boravka sa ženom kod kuće.





Slika 55 (svibanj 2020, Instagram) *Slika 56 (travanj 2020, Instagram)*

Da žene provociraju muškarce pokazuje primjer sa slike 57: osmišljeni su svojevrsni akronimi koji uz podsjetnike za očuvanje zdravlja od zaraze koronavirusom imaju funkciju dokazivanja da su žene bolje od muškaraca.



Slika 57 (srpanj 2020, Facebook)

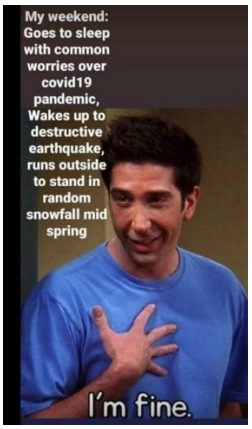
Slika 58 primjer je crnog humora za koji Marković kaže da zadire u sveto, pristojno, dolično ili ih zlorabi (2018a: 158). Iako se na ovakav humor recipijenti nasmiju zbog propusta zdravstvene institucije, etičke i društvene norme priječe uživanje u crnom humoru jer su recipijenti svjesni tragičnog događaja koji je zadesio obitelji tih dviju pacijentica. Critchley smatra da crni humor u ljudima izaziva osjećaje ugode i jeze: „često se smijemo jer nas muči ono čemu se smijemo, na neki nas način plaši" (2007: 60). Smrt je jedno od univerzalnih pitanja čovječanstva, ona predstavlja nepoznato i neistraženo područje zbog čega nastaje strah od smrti. U vrijeme pandemije koronavirusa smrt postaje još nepoznatijom i „strašnijom" što dovodi do pojave sadržaja sličnih ovomu (v. pučku pjesmu *Korona me zamalo ubila*). Kao objašnjenje nastanka ovog primjera citirat će se Jambrešić Kirin: „Humorno tematiziranje smrti, nesreće, seksa i graničnih situacija tipično je za analogne i digitalne humorne žanrove […] uz pomoć kojih

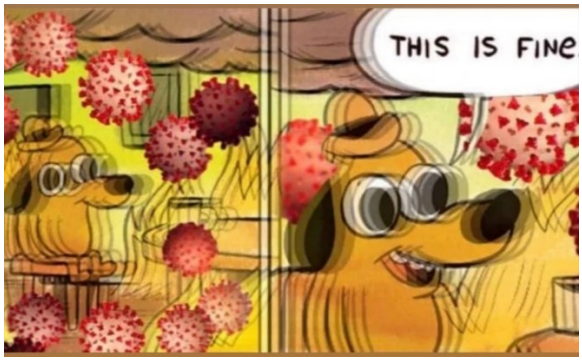
suvremeni čovjek nastoji zahvatiti složenost ljudske egzistencije i iskušati društvene norme" (2018: 270).



Slika 58 (svibanj 2020, Facebook)

Sljedeći primjeri progovaraju o razornom potresu u Zagrebu i okolici u vrijeme pandemije koronavirusa. Tu su prirodnu pojavu brojni zagrebački recipijenti doživjeli kao ludost o kojoj je i Critchley pisao: „Pokazujući nam ludost svijeta, humor nas ne *spašava* od te ludosti […] nego nas poziva da se suočimo s ludošću svijeta i promijenimo situaciju u kojoj jesmo" (2007: 27). Suočavanje s ludošću situacije u kojoj su se našli recipijenti su izrazili u brojnim objavama, prvenstveno *memovima*, na društvenim mrežama. Takvi *memovi* lokalizirani su u smislu da će ga razumjeti i širiti stanovnici zagrebačkog područja. U oba primjera pojavljuje se kratki odgovor da je sve u redu, tj. da je osoba u redu. Primjer na slici 59 sadrži napisan narativ na engleskom jeziku kako bi se *meme* prilagodio jeziku i replici iz serije *Prijatelji.* Humor nije toliko izričit, ali do njega se dolazi kontrastom i odbacivanjem istine što je vidljivo u odnosu teksta i fotografije. Primjer s nacrtanim psom nema narativni opis radnje, već ilustrirana situacija stvara radnju – slika je zamućena zbog dočaravanja potresa, a tu je i mnoštvo crteža koronavirusa. Humor se postiže priglupim izrazom lica psa koji kao i Ross odbija prihvatiti istinu.





Slika 59 (ožujak 2020, Instagram) *Slika 60 (ožujak 2020, Instagram)*

Primjeri na slikama 61 i 62 prikazuju da humor pokušava nadvladati strah i zabrinutost zbog nemoći koju je izazvao zagrebački potres. Prvi primjer odnosi se na zbunjenost i kaos koji je nastao jer upute o ponašanju nakon potresa nalažu izlazak iz doma, a mjere zaštite od zaraze koronavirusom nalažu ostanak u domovima. Te dvije kontradiktorne situacije izazvale su zbunjenost koju su Zagrepčani htjeli umanjiti humorom. Osim pandemije i potresa, to je jutro 22. ožujka 2020. bilo hladno te je počeo padati snijeg. U primjeru na slici 62 „nakrivljen je doživljaj svijeta" (Critchley 2007) transformacijom zbilje u snježnu kuglu kojom se netko igra čime se objašnjava zašto je uz sve teškoće pao i snijeg.





Slika 61 (ožujak 2020, Instagram) *Slika 62 (ožujak 2020, Instagram)*

Povezivanje stvarnosti s filmom, fikcijom, stvorilo je humoristične tekstualne *memove*. Na slici 63 autor zapravo daje recenziju svojoj stvarnosti koju čita, kao i filmove, u fikcionalnom ključu, jer je toliko „nevjerojatna" da je ni u filmu ne bi očekivao. Upravo to što autor, ali i svi recipijenti koji se s njime slažu, ne želi gledati takav film stvara ironični efekt jer autor zapravo „živi taj film". Primjer sa slike 64 povezan je s prethodnim primjerom tako što je „film" u kojem živimo toliko zastrašujući i neizvjestan da je puno ugodnije pogledati neki horor nego živjeti u

stvarnosti. Osim toga horor inače vežemo uz trivijalnu književnost koja se često u usporedbi s visokom književnošću ocjenjuje kao šund i kič. Ako se horori shvaćaju kao šund proizvod (v. Pavličić 1987: 81), onda je naša stvarnost još gori šund, a degradiranjem stvarnosti nastaje humor.



Slika 63 (ožujak 2020, Instagram)



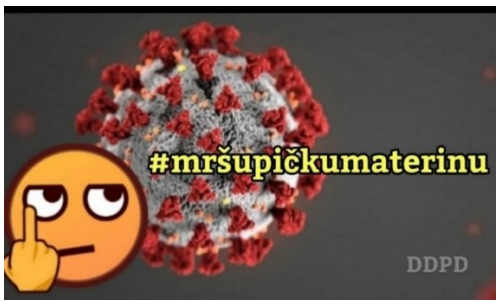
Slika 64 (ožujak 2020, Facebook)

3.2. Grafiti

Na red dolaze grafiti koji su opisani u teorijskom okviru, a sada će se te informacije oprimjeriti. Najbitnije je ponoviti da grafiti više nisu lokalno ograničeni, oni se prenose na digitalni teren što omogućuje da budu viđeniji. Prvi je grafit (slika 65) komičan jer se prenosi dječji govor (*mateinu*, *kojona* – teškoće pri izgovoru glasa /r/) u pismo, a osim toga, dijete koristi „zabranjene riječi", odnosno psovke, što pojačava humor ovog grafita. Iako se navodi djetetovo ime i dob, možda to uopće nije izgovorilo dijete, već se fingira dječji govor kako bi poruka bila upečatljivija i smješnija. Osim toga psovka ovdje služi kao oslobođenje ljutnje, straha i nesigurnosti u budućnost, tj. ima katarzičnu funkciju. Ista psovka, ali sada u obliku *hashtaga* pojavljuje se uz osjećajnik koji pokazuje srednji prst virusu.



Slika 65 (travanj 2020, Instagram)



Slika 66 (svibanj 2020, Instagram)

Na slici 67 autor se obraća personificiranom koronavirusu upotrebom oblika sličnog kletvi kako bi ga otjerao (imperativ drugog lica jednine *crkni*). Slika 68 koristi se *hashtagom* koji je karakterističan za društvene mreže, a posebno #ostanidoma koji se pojavljivao u kutu televizijskog ekrana, ispod slika i objava Kriznog stožera i drugih organizacija i ustanova. Taj

primjer prikazuje suodnos digitalnog i realnog okružja jer se prostorno neograničeno seli na materijalno, lokalno i vremenski ograničeno, i obrnuto. I u ovom se primjeru naređuje personificiranom virusu da nestane, odnosno da ostane doma kao i svi ljudi, tj. da se vrati otkuda je došao. Iako jezik ovog grafita nije basmičan, temeljna namjera poruke podsjeća na retorički oblik usmene književnosti, basmu.



Slika 67 (travanj 2020, Instagram)



Slika 68 (travanj 2020, Instagram)

Što se tiče stava autora grafita, u primjerima 65–68 autori izražavaju negativan stav prema koronavirusu što se odražava psovkama i grubim riječima (slike 65, 66, 67). Slika 69 ovdje je navedena jer je grafit napisan na dvorišnim vratima koja gledaju na ulicu i govori stanovnicima da ostanu doma. Autor, kako Botica (2000) navodi, vjeruje u moć svoje dosjetke, a kolika je moćna pokazat će prolaznici jer se u njima može stvoriti nelagodan osjećaj zbog mogućeg nadgledanja. Na slici broj 70, tipičan primjer grafita sa strukturom rečenice, autor ističe svoj svjetonazor: ne kritizira koronavirus, već vlast (kritike politike inače su vrlo česte teme grafita). Zadnji primjer grafita (slika 71) može se nazvati minimalističkim grafitom (Đurđević i Gulešić Machata 2018) jer je jednorječan (*CORONA*) te popraćen mjernom oznakom. Navedeni je grafit uvertira u novu temu, a to je kako podučiti ljude socijalnoj distanci. Na pločniku je nacrtan jedan metar, najmanja udaljenost koja bi se trebala držati na otvorenom prostoru. Funkcija ovog grafita zapravo je poučna jer upozorava ljude na distanciranje, a istodobno na konkretnom primjeru pokazuje koliko je to jedan metar.



Slika 69 (travanj 2020, Instagram)



Slika 70 (svibanj 2020, Facebook)



Slika 71 (travanj 2020, Instagram)

Socijalna se distanca tematizira i u sljedećim primjerima koji nisu grafiti. Na slici broj 72 šalje se čestitka za Uskrs, ali se, kao i na prethodnom grafitu, upozorava na držanje distance. Poruka je prilagođena blagdanu pa primjer udaljenosti prikazuju veliki i maleni zec čime se upozorava na posebnu opreznost prema starijima. U Rusiji (slika 73)[26] su za poučavanje stanovništva o socijalnoj udaljenosti odlučili iskoristiti kulturološki aspekt, tj. realije ruske nacionalne kulture. Time se jača osjećaj pripadnosti narodu, ali i osjećaj odgovornosti prema sugrađanima.





Slika 72 (travanj 2020, Instagram) *Slika 73 (srpanj 2020, Facebook)*

U razdoblju karantene ljudi su posebno izražavali vlastitu kreativnost. Osim već navedenih primjera, nakon otvaranja ugostiteljskih objekata pojavila su se brojna rješenja kako u tim prostorima, pa čak i na otvorenom, održati razmak. Na sljedećem primjeru (slika 74) vidi se domišljatost ljudi koji su na glave stavili šešire sa spužvom za plivanje. Ta je spužva dovoljno dugačka da prepriječi put i održi udaljenost među ljudima.

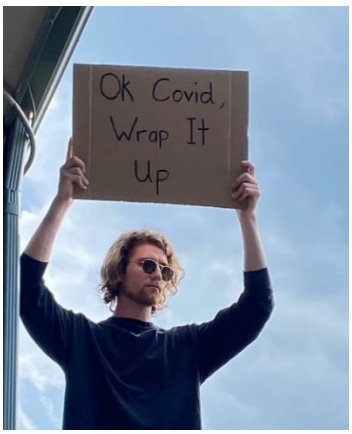
[26] Tekst poučne objave prilagođen je inozemnim recipijentima koji na društvenim mrežama prate rad ruskog veleposlanstva.



Slika 74 (svibanj 2020, Facebook)

3.3. Ostali pismeno-slikovni žanrovi: transparenti, oglasi i reklame[27]

U nastavku analize obradit će se ostali pismeno-slikovni žanrovi suvremene svakodnevice: transparenti, oglasi i reklame. Profil *dudewithsign* inače ironično pristupa svijetu *Instagrama*, a taj stil zadržan je i na transparentima koji su vezani uz temu koronavirusa i pandemije. Na slici 75 autor se humoristički obraća personificiranom koronavirusu što se pojavljivalo i u primjerima grafita. Na ostalim fotografijama (slike 76 i 77) izražena je didaktička funkcija koja se pojavljivala i u pučkim kalendarima. Ironično na tim primjerima jest to što osnovama higijene, koje se generalno smatraju usvojenima, ljude podučava čovjek s transparentom. Ovi transparenti pokazatelji su i globalne virtualne zajednice: iako su slike snimljene na ulicama Amerike, a neki i u domu autora, ljudi diljem svijeta mogu vidjeti poruku koju prenose. Osim toga ovo je dodatna prilika autora transparenata za samopromociju.







Slika 75 (svibanj 2020, Instagram) Slika 76 (ožujak 2020, Instagram) Slika 77 (ožujak 2020, Instagram)

[27] Sve analizirane reklame, osim one prikazane na slici 79, službene su reklame tvrtki i događaja, tj. digitalni sadržaji nisu nastali kao kompilacija postojećih rješenja i dobivanja nove poruke. U tom se smislu ne može govoriti o slobodnom interveniranju u tekst i prilagođavanju teksta što je jedna od karakteristika pučkog.

I iz primjera na slici 78 vidljivo je da se humorom (motiv ispuštanja plinova) ljudima daje do znanja da bi trebali držati distancu. Zbog rime (*fart – apart*) i forme (ako – onda), ovaj transparent podsjeća na formu izreka i poslovica.[28]



Slika 78 (svibanj 2020, Facebook)

Tendencija je reklama privući pozornost i sa što manje pisanog sadržaja prenijeti bitnu informaciju jer je bitan vizualni dojam. Slika 79 prezentira reklamu poduzeća pogrebnih usluga koja vrši poučnu funkciju. Ovdje je riječ o eufemizmu (ne piše primjerice „Držite razmak jer možete umrijeti.”), ali poruka reklame snažno utječe na gledatelja. Prikazana su četiri obrisa ljudi i četiri pogrebna poduzeća. Ljudi drže distancu koja je propisana (*6 ft. apart*), a već redak ispod distanca se ne poštuje (riječi su pisane bez razmaka: *6ft.below*) što dovodi do zadnjeg retka, odnosno smrti (riječ *below* upućuje na hrvatski frazem „dva metra pod zemljom”). Vjerojatno se ne radi o pravoj reklami jer se, osim što je fotografija pronađena na *Facebooku* u komentarima neke druge fotografije, humorom problematizira pandemijska situacija i smrtnost što bi recipijenti mogli shvatiti kao neprimjeren sadržaj.



Slika 79 (svibanj 2020, Instagram)

[28] O poslovicama više u Kekez 1996: 13–59.

Sljedeći primjer reklame učestalo se pojavljivao na *Instagramu*. Jedini tekst koji ova reklama sadrži jest naziv, moglo bi se reći, događaja *Drive-in*-kulture koji organizira *Sabmarine*. Na fotografiji konobar nosi masku, a u udobnosti svoga automobila odvojen od drugih ljudi sjedi posjetitelj koji također nosi masku na licu. Ova reklama privlači recipijenta jer osjeća sigurnost zbog omogućene odvojenost od drugih, beskontaktnog plaćanja te uživanju u hrani i sadržaju koji se nudi. S druge strane, humor se u ovoj reklami postiže prenaglašavanjem sigurnosnih uvjeta (socijalna distanca, odvojeni prostori, odnosno prostor unutar i izvan automobila te nošenje maske) što neki recipijenti mogu shvatiti kao apsurdnost same situacije.[29] Ispod fotografije nalazi se tekstualna intervencija recipijenta („Oke sad dolazim") što dokazuje uspješnost reklame.



Slika 80 (svibanj 2020, Instagram)

Podravkina reklama[30] na slici 81 također se danima širila društvenim mrežama. Iako se radi o hrvatskoj tvrtki, „nuspojava" konzumiranja graha svjesni su i drugi narodi čime se stvara osjećaj zajednice. Treba napomenuti da se takva šala često pojavljuje na bivšem prostoru Jugoslavije u obliku viceva ili humorističnih sadržaja, a to dokazuje i nekoliko primjera koji su obuhvaćeni analiziranim korpusom.

[29] Gledajući na navedenu reklamu s odmakom, uistinu se stvara dojam da se naglašava apsurdnost pandemijske situacije, no u svibnju 2020. godine Hrvatska se tek počela djelomično „otvarati", tj. dopušteno je održavanje kulturnih događaja.

[30] Ova je reklama pravi prikaz domišljatosti agencija za oglašavanje koje su i u vrijeme karantene našle načina kako prilagoditi proizvod novonastaloj situaciji i na taj ga način lakše promovirati. Više na http://bruketa-zinic.com/hr/2020/06/17/billboard-kojeg-su-svi-vidjeli-ali-ne-na-cesti/ (posjećeno 21. 8. 2020).



Slika 81 (svibanj 2020, Instagram)

Sljedeći primjer također prikazuje domišljatost u promoviranju proizvoda. *Durex* oduvijek ističe da je zaštita tijekom spolnog odnosa bitna, a u novonastaloj situaciji dodatno upozoravaju na zaštitu za van i za „unutra". Kada se ne bi radilo o proizvođaču prezervativa, ova bi se reklama shvatila kao lascivna šala, a ovako se humor stvara iznenađujućom domišljatošću, svojevrsnim „prelaženjem granica" očekivanog i primjerenog u reklamama.



Slika 82 (kolovoz 2020, Facebook)[31]

Što se tiče oglasa, oni su postali „neozbiljni". Pod time se misli da se nešto traži, ali ne za ozbiljno, već se samo upotrebljava forma oglasa za zanimljiv i humoristučan sadržaj. Na početku pandemije ljudi diljem svijeta, a naročito u Americi, svjedočili su paničnom kupovanju namirnica i proizvoda. Kao što se iz prvog oglasa vidi, mladić je uspio nabaviti dovoljnu količinu živežnih namirnica, ali mu nedostaje životna partnerica. Kako bi ju pronašao, naglašava svoje glavne adute: tjestenina, ulje, brašno i mlijeko. U drugom oglasu traži se „srodna duša" koja vodi brigu o svojoj higijeni. Taj oglas poručuje da su poželjni ljudi koji peru ruke, koji drugoga neće dovesti u opasnost od zaraze. Postiže se humoristučan efekt zato što se ne traži nešto „posebno" ili „rijetko": primjerice prije pandemije koronavirusa žene bi „tražile" bogate muškarce koji posjeduju BMW automobil, a muškarci lijepu i zgodnu ženu koja bi im

[31] Ovakav je oblik reklame objavio marketinški odjel tvrtke *Durex* u Zambiji. Više na https://www.marketing-interactive.com/durex-my-s-cheeky-post-about-masking-up-receives-global-nod-from-zambia-team (posjećeno 5. 7. 2021).

čistila i kuhala.[32] Moglo bi se reći da su se kriteriji snizili, ali su bitniji od prijašnjih (određene vrijednosti i osobine cijene se više nego materijalno). Tako se i ovdje pojavljuju humor (zbog snižavanja kriterija, ismijavanja starih kriterija, izvrtanja prvotne situacije, inkongruentnosti u očekivanjima) i poučnost (potrebno je prati ruke).



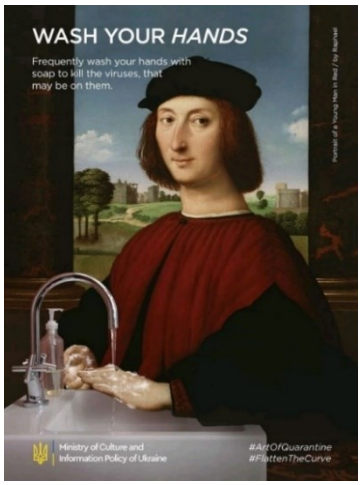


Slika 83 (ožujak 2020, Instagram) *Slika 84 (ožujak 2020, Instagram)*

Brojne objave koje tematiziraju pranje ruku kao nužnu epidemiološku mjeru mogu se povezati s pučkim kalendarima. Pravi je primjer pouke na zabavan način slika broj 85 koja prikazuje slikovne upute kako prati ruke. Budući da se ruke trebaju prati 30 sekundi, mrežna stranica *Wash Your Lyrics* omogućava odabir željene pjesme koju će recipijent pjevati 30 sekundi te uz koju će usvojiti savjete o pravilnom pranju ruku. Koliko je bitna poruka „Perite ruke!" pokazuje i interveniranje svakodnevnih predmeta (umivaonik, slavina, sapun) i aktivnosti (pranje ruku) u kanonsku književnost. To je interveniranje izvelo Ministarstvo kulture Ukrajine, koje inače cijeni kanonsku kulturu, kako bi poruka doprla do šire publike. Ljubitelji kanonske umjetnosti u takvoj su intervenciji mogli pronaći zabavnu utjehu zbog pandemijske situacije, a recipijentima koji inače ne posjećuju muzeje približena je kanonska umjetnost na način svojstven popularnoj kulturi, točnije pop-artu. U navedenom se primjeru važnost tradicije i kanonske umjetnosti koja je često shvaćena kao „stroga" ili „autoritativna" umanjuje i samim se time prilagođava svakidašnjem i niskom. Drugim riječima, njezin autoritet slabi, stvara se ironijska, humorna situacija zbog čega se kanonska slikarska djela shvaćaju pristupačnijima i zanimljivijima. Takvim prodiranjem svakodnevnih predmeta i aktivnosti u umjetnost stvara se zabavan sadržaj koji ima funkciju poučavanja, posebno za recipijente koji su ljubitelji slikarstva.

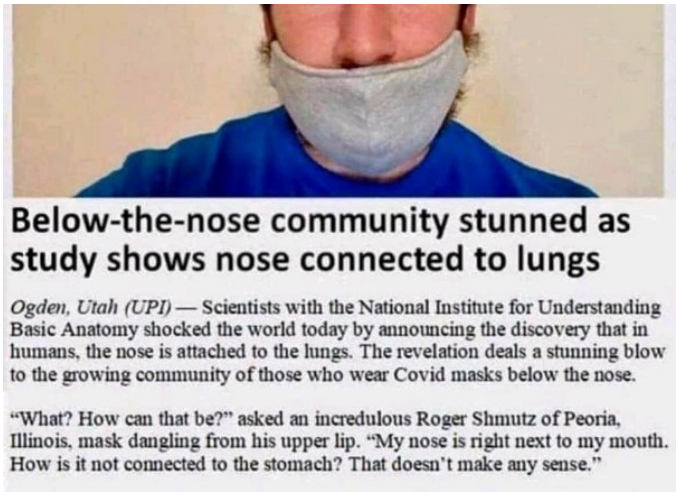
[32] Takvi su oglasi sadržavali brojna stereotipna shvaćanja drugog spola.





Slika 85 (ožujak 2020, Facebook) *Slika 86 (travanj 2020, Facebook)*

Američke mrežne stranice u svojim objavama projiciraju ogorčenost prema pojedincima koji se ne pridržavaju mjera za zaštitu od zaraze koronavirusom koje se prije svega odnose na (adekvatno) nošenje maski. Koliko su česte takve objave pokazuje činjenica da su neodgovornim pojedincima, točnije bjelačkim ženama, dali zajedničko ime – Karen.[33] Tako je to ime postalo stalno u humorističnim objavama koje ismijavaju neke osobine kao što se u hrvatskim vicevima pojavljuju Perica, Štef te Mujo i Haso. Slika 87 humoristična je onima koji pravilno nose maske (preko usta i nosa) jer sarkazmom (zajedljivom ironijom) ismijava opće nepoznavanje anatomije, a humor se uvećava postavljanjem nepromišljenih pitanja jednog neznalice. Upitno je kako ovu objavu doživljavaju oni koji nepravilno nose maske, ali funkcija je ove objave kritička i didaktična.



Slika 87 (kolovoz 2020, Facebook)

[33]Za podrobniji opis Karen posjetiti https://knowyourmeme.com/memes/karen (posjećeno 19. 8. 2020).

Objava na slici 88 pokazuje intelektualnu hijerarhiju: oni koji odbijaju nositi maske jer smatraju da one nemaju koristi ipak ih nose zbog poruka koje šalju drugima, a zagovornici nošenja maski „slave pobjedu" nad suprotnom stranom jer su ih „natjerali" da nose maske te time zaštite sebe i druge. Treba imati na umu da se obje suprotstavljene strane smatraju pobjednicima, ali iz konteksta koji se daje u ovom primjeru smatra se da su „pobijedili" zagovornici maski, pa se humor ostvaruje ismijavanjem manje inteligentnih *antimaskera*. Maska koja sadrži poruku „Moj muž nije služio ovoj zemlji da bih ja nosila masku!" podsjeća na zidnjake, ukrasne zidne krpe koje se pojavljuju u pučkoj književnosti. Neke od funkcija zidnjaka bile su uporabna (praktična), estetsko-ukrasna, društveno-komunikacijska te zabavna (usp. Tomašić 2010: 362–363). Spomenuta maska ima uporabnu funkciju (prekriva usta i nos), društveno-komunikacijsku (izražavanje vlastita mišljenja) te djelomično estetsko-ukrasnu funkciju zbog boje materijala i položaja teksta. Drugi primjer (slika 89) pokazuje probleme s kojima se suočavaju svi oni koji uz maske nose i naočale. Humor se postiže apsurdom: umjesto da se osmisli nešto što će spriječiti magljenje naočala, nastaju maske koje primjerice prikazuju japansko jelo ramen, stoga će para na naočalama predstavljati paru toplog jela.



Slika 88 (srpanj 2020, Facebook)

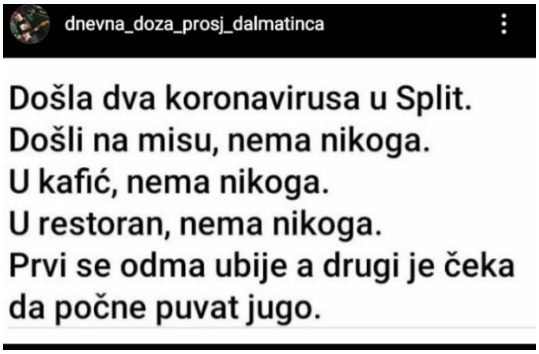


Slika 89 (srpanj 2020, Facebook)

Slike 90–93 vicevi su koji su vezani uz južnoslavensko područje. Prvi (slika 90) tročlane je strukture i pokazuje ponos na odgovornost Dalmatinaca, točnije Splićana, koji su ostali doma pa personificirani virus nije imao koga zaraziti. Na taj način jača povezanost Dalmatinaca, ali potrebno je naglasiti da je to vic u kojem autor vrlo subjektivno[34] hvali svoj kraj i kao gubitnika oslovljava koronavirus. Humor u vicu postiže se samoubojstvima virusa: prvi je bio „iznerviran" zatečenom situacijom pa se odmah ubio, a drugog je uništilo jugo (prepoznatljiv motiv dalmatinskog podneblja). Vic na račun Slovenaca (slika 91) utemeljen je na činjenici o malom teritorijalnom području Slovenije. Taj je aspekt karakterističan za viceve o Sloveniji, a ovdje se prilagođava novoj situaciji, držanju distance među djecom. Ovo je jedan u nizu

[34] Vic je vrlo subjektivan jer je splitsko područje nerijetko imalo najveći dnevni broj zaraženih.

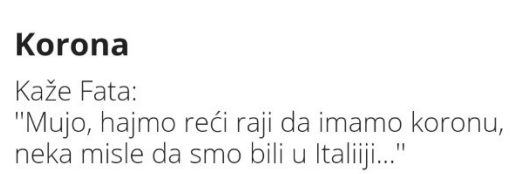
etničkih viceva u kojem se izruguje veličina zemljopisnih susjeda, onih drugih koji su nam najbliži.

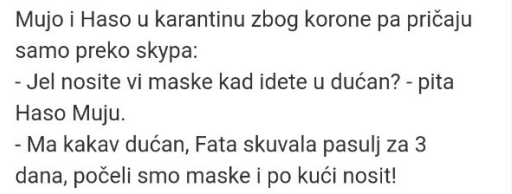




Slika 90 (svibanj 2020, Instagram) *Slika 91 (travanj 2020, Instagram)*

Na južnoslavenskom području vicevi o Bosancima, ili kako ih se kolokvijalno zove „vicevi o Muji i Hasi", dominiraju. Međutim u vrijeme pandemije malo je takvih viceva pronađeno, a dio pronađenih viceva o Bosancima nije bio dovoljno zanimljiv i humoristučan za ovu analizu prvenstveno zato što su se temeljili na starijim vicevima kojima je promijenjen kontekst. Iako je takvo mijenjanje tipično u *memovima*, vicevi su narativni oblici koji imaju veću mogućnost stvaranja novih, specifičnih viceva o Bosancima u vrijeme koronavirusa. Vic na slici 92 humoristučan je jer je Fati bitniji „elitni" ugled nego to što će ih okolina izbjegavati zbog koronavirusa. Drugi je vic (slika 93) humoristučan zbog toga što Mujina obitelj doma nosi maske zbog, kako je već ranije bilo spomenuto, „posljedica" graha. Zanimljivo je da se ispuštanje plinova, osobito nakon konzumacije graha, ugradilo u vic i šalu kao jedan on uobičajenih motiva. Vjerojatno je razlog tomu taj što se izokreću i dokidaju društvene norme, bonton kojemu je cilj zatomiti i kontrolirati tjelesne procese i nagone.

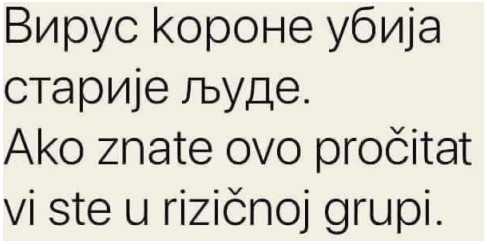




Slika 92 (ožujak 2020, rama-prozor) *Slika 93 (travanj 2020, vicevi.hr)*

Sljedeći primjer (slika 94) mogao bi se karakterizirati kao *neprijateljska* dosjetka kojom inače „neprijatelja ponizujemo, činimo malim; […] zaobilazimo dakle nametnuta ograničenja i vraćamo se izvorima prvobitne ugode" kojoj je cilj fizički nauditi neprijatelju (Marković 2019: 91). U ovom se primjeru pozornost usmjerava na ljude srpske nacionalnosti što se vidi iz prvog dijela koji je napisan ćirilicom („Virus korone ubija starije ljude."), a ponizuje ih se drugim

dijelom koji ih zbog poznavanja ćirilice svrstava u rizičnu skupinu (rizičnima ih se smatra u kontekstu Domovinskog rata).



Slika 94 (svibanj 2020, Facebook)

Nakon što se situacija u Hrvatskoj pogoršala sredinom lipnja 2020. zbog čega su uvedene nove mjere zatvaranja granica sa susjednim državama (Bosnom i Hercegovinom, Srbijom), Hrvatska je postala „novom metom" smiješnih objava i *memova*. Odlazak u Hrvatsku postao je privilegija koja se može ostvariti određenim predmetima (slika 95) i domišljatošću (slika 96). Autori tih objava prema susjednoj Hrvatskoj izražavaju porugu zbog novonastalog odnosa podređenosti i nadređenosti. Susjedne zemlje shvatile su nove mjere kao svojevrsno vrednovanje, natjecanje tko je bolji, što je vidljivo iz objava koje „veličaju" nehrvatska mjesta u koja državljani Bosne i Hercegovine i Srbije smiju doći (slika 97).



Slika 95 (srpanj 2020, Facebook)



Slika 96 (srpanj 2020, Facebook)



Slika 97 (lipanj 2020, Facebook)

Da se Hrvati vole smijati i sami sebi pokazuju slike 98–104 koje predstavljaju cinični humor jer se i narod smatra jednom od institucija (v. Marković 2019: 92). Ovakvim humorom ironiziramo sami sebe jer smo dio naroda pa se tako iz navedenih primjera o Hrvatima saznaje da je turizam u Hrvatskoj vrlo bitan za gospodarstvo, da su zatvori puni (političara – Remetinec vežemo uz najveće političke i državne afere) (slika 98) ili da je birokracija u Hrvatskoj jako spora i često apsurdna (slika 99). Krizni stožer i mjere koje donosi često se pojavljuju u *memovima* kao što su slike 100 i 101. Tema im je ista – ograničenje rada noćnih klubova i kafića do ponoći – a izvedba je različita, što još jednom pokazuje da su varijacije na istu temu česte u *memovima*. U prvom se primjeru citira stih pjesme *Iza ponoći* iz 1996. g. hrvatske pop pjevačice Elle kojoj se glavni hrvatski epidemiolog Nacionalnog stožera civilne zaštite i ravnatelj Hrvatskog zavoda za javno zdravstvo Krunoslav Capak strogo obraća upozoravajući ju na obavezno poštivanje epidemioloških mjera. Opisanim se stavom Krunoslava Capaka postiže ironija autoriteta koja je vrlo slična ciničnom humoru jer autoritet čine državne institucije čije se odredbe i pravila moraju poštivati. Treba napomenuti da se učestalom pojavom sadržaja koji ironiziraju institucionalni autoritet taj isti autoritet umanjuje. U sljedećem se primjeru (slika 101) pojavljuje intertekst bajke *Pepeljuga* zbog motiva ponoći uz prilagodbu bajke novoj situaciji: Pepeljuga za sobom ostavlja masku dok ju „princ" poziva da prekrši mjere. Ovaj bi se primjer trebao promatrati u kontekstu povećanja nezadovoljstva i kritike hrvatskih građana novim mjerama protiv širenja zaraze koronavirusom. Građani iz ove mjere ograničavanja rada do ponoći ironično zaključuju da je virus opasan po zdravlje tek iza ponoći, a da do tog trenutka „izbjegava" kafiće, noćne klubove i svadbene sale, pa tako u primjeru s Pepeljugom nakon ponoći prestaje „čarolija" (zaštita), odnosno od ponoći je moguće zaraziti se koronavirusom.



Slika 98 (svibanj 2020, Facebook)



Slika 99 (ožujak 2020, Instagram)



Slika 100 (kolovoz 2020, Facebook)

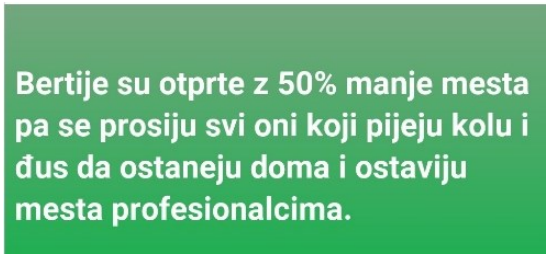


Slika 101 (kolovoz 2020, Facebook)

Kao što je već u teorijskom okviru o vicu spomenuto, Jolles smatra da se vicevi unutar jednog naroda, jedne države međusobno razlikuju, što se vidi u sljedeća tri primjera. Na slici 102 autor se izruguje nogometnom klubu *Hajduk*, koji se nije uspio plasirati u Europsku ligu, te smatra kako analogno nogometnom klubu ni virus toga imena ne bi proširio pandemiju na europskom kontinentu. Ovakvi vicevi primjer su učestalog podbadanja navijača različitih (nogometnih) klubova čiji je cilj omalovažavanje i isticanje mana suparnika. Slika 103 razlikuje se od prijašnjeg primjera jer se radi o autohumoru: zagorska *Facebook* stranica ironizira stereotipno mišljenje o Zagorcima kao o ljubiteljima alkohola (prije svega gemišta) u velikim količinama. Stereotip se prihvaća te se moli „amatere" da ostanu doma. U teorijskom okviru rečeno je da je za ironiju bitno zajedništvo iz kojeg proizlazi pedagoška funkcija. Ovaj primjer donekle je i pedagoški jer osvještava problem alkoholizma.



Slika 102 (travanj 2020, Facebook)



Slika 103 (svibanj 2020, Facebook)

Humoristični zadatak na slici 104 zanimljiv je iz više razloga. Prvi je razlog taj što, kao ni prethodni primjer, nije napisan na standardnom hrvatskom jeziku, već na kajkavskom dijalektu što među kajkavcima stvara veći osjećaj zajedništva jer ljudi iz drugih krajeva Hrvatske neće shvatiti šalu ili će se mučiti s njom. Drugi razlog zanimljivosti ove objave jest oblik matematičkog zadatka. To nije slučajno jer i inače problemski zadaci iz matematike imaju

kratke fabule iz kojih se saznaju bitne informacije. Međutim na društvenim se mrežama već godinama ismijavaju ovakvi tipovi zadataka jer sadrže nerealne situacije (kao što je prikazano na slici 105) te jer se ne mogu riješiti. Treći razlog zašto je ovaj primjer zanimljiv kritika je (indirektna) Kine iz koje se virus proširio (navodi se i prvi domaćin virusa – šišmiš) te uzročno-posljedična veza: kotlovina od šišmiša dovela je do karantene.





Slika 104 (travanj 2020, Facebook) *Slika 105 (ožujak 2020, Facebook)*

U pandemijskoj situaciji Kinezi zbog svoje prehrane postaju predmet satire i humora (kao što je prikazano na slici 104). Zbog neobične prehrane u humorističnim se *memovima* tematizira njihova glupost. No šale na račun Kineza mogu biti ovoga tipa i zato što su nam Kinezi kulturološki i prostorno daleki. To se može usporediti s prijašnjim vicevima. U vicevima o Bosancima isto se govori o gluposti, ali ta je glupost recipijentima južnoslavenskog prostora razumljivija jer se odnosi na teritorijalno i kulturno blizak narod, a Kinezi nam nisu bliski pa ne možemo ni objasniti njihovu glupost.[35] Osim prehrane, ismijavaju se i kineski proizvodi. Već godinama vlada stav (ispravan ili pogrešan) da je kineska roba loše kvalitete, da kratko traje te da se radi o kopijama što posljedično stvara oštru porugu (satiru). Karakteristike kineske robe i ishrane karikiraju se jer se smatraju negativnima. Međutim Critchley govori o kritičkoj i terapeutskoj funkciji humora: napada se porok, osobina, običaji i slično, ali na taj način da se zapravo upozorava na ono što se može popraviti (2007: 25).

[35] Bitno je naglasiti da se osuđuju opći, a ne osobni poroci i osobine.





Slika 106 (ožujak 2020, Facebook) *Slika 107 (ožujak 2020, Instagram)*

Sljedeća četiri primjera (slike 108–111) pokazuju sumnju u djelotvornost ruskog cjepiva koja se javlja zbog sovjetske prošlosti (lažiranje informacija u svrhu znanstvenog i društvenog napretka). Ismijavanje se postiže upotrebom ruskih simbola kao što su medvjed, votka, svemirska raketa *Sputnik,* sovjetski simbol srp i čekić, Ivan Drago, ruski boksač u filmu *Rocky*. Zadnji primjer (slika 111) svojevrsna je provokacija jer se američki političar Anthony Sabatini šali o neučinkovitosti ruskog cjepiva protiv virusa Covid-19 čime doprinosi rusko–američkoj netrpeljivosti. Sabatini na kraju svoje objave piše: „Tko može ovo pročitati: obožavam Vladimira Putina!", čime potiče na razmišljanje da će tim cjepivom ljudi postati ljubitelji ruskog predsjednika Vladimira Putina i Rusije, odnosno doprinosi razvoju još jedne teorije zavjere kao što je čipiranje cjepivom.





Slika 108 (kolovoz 2020, Facebook) *Slika 109 (kolovoz 2020, Facebook)*

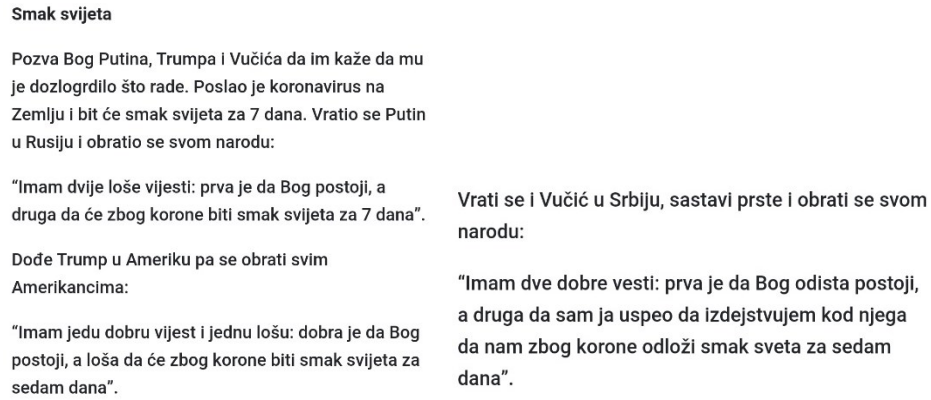


Slika 110 (kolovoz 2020, Facebook)



Slika 111 (kolovoz 2020, WhatsApp)

Marković analizira Hockettovu podjelu viceva te zaključuje da „broj tri u vicevima ne može biti slučajan, on odgovara ustroju teza-antiteza-sinteza" te dodaje da su takvog trojnog ustroja vicevi tipa *Bili X, Y i Z* (2018a: 159–160). Takvog je ustroja i sljedeći vic koji ima tri protagonista – Putina, Trumpa i Vučića – a samim time i tri replike. Vic je humoristično jer se u njemu odražavaju karakteristike spomenutih predsjednika te njihova politika.



Smak svijeta

Pozva Bog Putina, Trumpa i Vučića da im kaže da mu je dozlogrdilo što rade. Poslao je koronavirus na Zemlju i bit će smak svijeta za 7 dana. Vratio se Putin u Rusiju i obratio se svom narodu:

"Imam dvije loše vijesti: prva je da Bog postoji, a druga da će zbog korone biti smak svijeta za 7 dana".

Dođe Trump u Ameriku pa se obrati svim Amerikancima:

"Imam jedu dobru vijest i jednu lošu: dobra je da Bog postoji, a loša da će zbog korone biti smak svijeta za sedam dana".

Vrati se i Vučić u Srbiju, sastavi prste i obrati se svom narodu:

"Imam dve dobre vesti: prva je da Bog odista postoji, a druga da sam ja uspeo da izdejstvujem kod njega da nam zbog korone odloži smak sveta za sedam dana".

Slika 112 (travanj 2020, Glas Istre)

Brojni *memovi* tematiziraju moguće nove priče budućih roditelja, djedova i baka. Iz priloženog primjera (slika 113) vidi se štafeta u Hrvatskoj vrlo poznatih priča roditelja, baka i djedova o hodanju 15 kilometara do škole uz naglašavanje vremenskih nepogoda. Sada palicu doslovno preuzimaju nove generacije koje će kazivati „strašniju" priču: „cijeli se svijet 'zatvorio', bili smo u izolaciji dva mjeseca, ali smo svejedno pratili nastavu, polagali maturu i ispite, preživjeli smo i razorne potrese u Zagrebu i na području Banovine… preživjeli smo koronavirus". Humor u ovom primjeru ostvaruje se „pobjedom" novih priča nad recipijentima već napornim pričama o teškim uvjetima školovanja.



Slika 113 (travanj 2020, Instagram)

3.4. Pučke pjesme o koronavirusu

Pučka je književnost, prema Zečević, građena od raznolikih reminiscencija na usmenu i visoku književnost čime dolazi do rastvaranja formula (1971: 32). Pučka pjesma inkorporira elemente različitih kulturnih skupina, odnosno klišeje određenog književnog razdoblja i formule usmene poezije, elemente koji i dalje djelomično nose smisao skupine iz koje su preuzeti (Zečević 1978: 373). Pučko pjesništvo karakteriziraju ustaljena struktura, teme i motivi, brojna ponavljanja, varijacije, klišeji i ustaljene forme, a njegova je zadaća zajednici jasno i nedvosmisleno prenijeti pouku, ispričati priču, sačuvati uspomenu[36] (Dabo 2014: 147–148; 150). Pučka pjesma teži svojoj istini, tj. istini kako ju doživljava pučki pjesnik, ali svejedno odražava kolektivni duh vremena i prostora (usp. Dabo 2014: 149). Istina pučkih pjesnika nema historiografsku, već poetsku funkciju zato što cilj pučke pjesme nije predstaviti „golu fabulu" događaja (isto).

Zečević tvrdi da povijesna zbilja nije jednaka književnoj organizaciji povijesne zbilje u pučkoj pjesmi jer književna organizacija ovisi o koncipiranom redu (poželjni red, red kakav bi trebao biti) (1978: 407). Odstupanje od koncipiranog reda čine tragični, neobični i važni događaji koje pučka pjesma opjevava kako bi se obranio društveni red vrijednosti, odnosno kako bi se ukazalo na problematičnost događaja te vratilo društveni otklon u koncipirani red idealne prošlosti (isto: 408–410). Tragični događaji ne moraju postojati u stvarnosti da bi ih pučki pjesnici opjevali. Naime „pučki pjesnici rado pjevaju o groznim prizorima […], ali to čine uvijek kako bi na nešto upozorili", odnosno kako bi strašne posljedice „poslužile kao *opomena* za sve ljude, jer se svi, potencijalno, mogu naći u opasnosti" (isto: 423).

[36] Pamćenje pouke ili uspomene omogućilo je mnemotehničko poetsko oblikovanje (usp. Dabo 2018: 318).

Emina Dabo istražujući pučko pjesništvo na otoku Pagu ustvrđuje da „nadareni pučki pjesnici pjevaju o povijesnim i lokalnim događajima, predajama i legendama", a puk pučke pjesme izvodi pri radu u polju, na svečanostima, vjerskim obredima i raznim druženjima (2014: 150). Paški pučki pjesnici, koji su najreproduktivniji bili u 19. i 20. stoljeću, pisali su tematski raznolike pjesme – domoljubne, povijesne, junačke, političke, iseljeničke, obiteljske, vjerske itd. (Dabo 2018: 318).

Pučke pjesme kao jedna od vrsta pučkih tekstova obično su prisutne u manjim sredinama. Zbog pandemije koronavirusa nije bilo moguće prikupiti pučke pjesme o koronavirusu na terenu, a slabija prisutnost manjih zajednica na društvenim mrežama također otežava bilježenje aktualnih pučkih pjesama. Međutim društvenim su se mrežama širili i još uvijek se šire tekstovi koji u osnovi jesu pučke pjesme. Prvi tekst, *Korona Bećarac,* ima sve elemente pučke pjesme. Ono što ovom pučkom tekstu daje potencijal daljnjeg širenja jesu kompozicija teksta (gotovo su svi stihovi pisani epskim desetercem), parna rima i tema (koronavirus iz hrvatske perspektive). Bećarac[37] se obično opisuje kao veseo i razuzdan napjev što se potvrđuje i u ovom primjeru motivima vina i rakije koji prkose virusu. Iako je bećarac tipičan za područje Slavonije, Baranje, Bačke i Srijema, iz ovog je primjera jasno da se radi o kajkavskom govornom području (npr. svršeni prezent glagola *biti*, leksik i naglasci). Ovaj „kajkavski bećarac" svojevrsno je ujedinjenje brojnih aluzija na viceve o Zagorcima i njihovoj ljubavi prema alkoholu, ali i šala o tome da se Hrvati protiv virusa bore domaćim proizvodima. Tim se referencama zajednica povezuje, daje joj se na važnosti („Hrvate nemreš lako zajebati") te djeluje katarzično. Katarza se postiže humorističnim efektom, odnosno ljudskom potrebom da se olabavi prenategnuta napetost u kojoj se nalazimo (usp. Jolles 1978: 183). Ljudski je rod mjesecima u napetosti uzrokovanoj pandemijom koronavirusa, a analizirajući navedeni primjer jasno je da se ta napetost olabavljuje umanjivanjem snage „nevidljivog neprijatelja", odnosno ozbiljnosti situacije. To se najprije vidi u stavu da se koronavirus može „pobijediti" domaćim proizvodima kao što su rakija, slanina, kobasice i vino. Većini[38] je recipijenata jasno da navedeni domaći proizvodi nisu uspješni u suzbijanju bolesti uzrokovane koronavirusom, ali se hvaljenjem domaćih proizvoda postiže iluzija da su Hrvati otporniji od drugih nacija na koronavirus jer konzumiraju kvalitetne proizvode.

[37] Žanr bećarca i njegovu poetiku opisao je Josip Užarević u knjizi *Književni minimalizam* (v. Užarević 2012: 143–165).

[38] Područje interesa autorice ovoga rada ne obuhvaća brojne teorije zavjere i znanstveno neutemeljene činjenice o koronavirusu i bolesti koju taj virus uzrokuje, ali se također želi izbjeći generaliziranje zbog svijesti o postojanju recipijenata koji, u ovom slučaju, tvrde da domaći proizvodi uspješno suzbijaju pojavu bolesti uzrokovanu koronavirusom.

Korona Bećarac[39]	Kobasice i špek naš domaći
Došo virus i u nas Hrvata	Dok to jedeš virus niš ne znači
Korona nam kuca sad na vrata	
	Na rakiju, vino i kobase
Oj, korono, ne znaš kam si došla	Moraš malo luka dodat na se
Ak ne odeš ne buš dobro prošla	
	Konzumiraj ove preparate
Pitaju nas kak nam ništa nije	Koronavirus ne pe nikad na te
U Hrvatskoj rakija se pije	
	I na kraju korona moraš znati
Dok imamo domaćega vina	Hrvata nemreš lako zajebati
Zarazna vam ne bu vaša slina	
	(prosinac 2020, *YouTube*)

Drugi je tekst, za razliku od trećeg, anoniman i dijeli se po društvenim mrežama. Motivi te pjesme vezani su uz koronavirus, pjesma sažima život u doba pandemije, a opis takvog života ima humoristično učinak koji recipijenti prepoznaju kao zajednički. Treću pjesmu, iz koje je izdvojen relevantan dio, napisala je mostarska nastavnica biologije, Sabina Dumpor. Ona svojim učenicima na lako pamtljiv i zanimljiv način objašnjava znanost koju učenici mogu primijeniti u svakodnevnom životu. Upravo je ovakva pjesma pravi primjer pjesme koja je ispjevana u pučkoj maniri (posebno u sadržaju pučkih kalendara) jer je stil pjesme prilagođen učenicima, a poučan sadržaj izložen je na neuobičajen, a samim time zanimljiv način (stihovna forma, rimovanje). Slične su smjernice slijedili pučki pisci, kao što je Andrija Kačić Miošić, koji su stilski prilagođavali tekst estetskim senzibilitetima pretpostavljenih recipijenata, a sadržajem su nastojali poučiti na zabavan način.

Boli glava, jedva dišem	[…]
Već tri dana samo kišem	Ja se nadam da bolnica neće biti puna
Spavam noću na balkonu	zato što ćemo se držati vode i sapuna
Sve mi liči na koronu	Po literaturi infekcija koronom je blaga
Sudbina je moja strašna	Ja se stvarno nadam da će kod nas proći bez
Gdje god odem nema brašna	traga

[39] Video se može pogledati na https://www.youtube.com/watch?v=0_sBJMTlqXU (posjećeno 20. 12. 2020).

Ne dolazi meni nitko Narod misli da sam crko Nema škole ni vrtića Nema hrane, nema pića Nema ljubavi, nema sexa Nema žvaki ni bombona Šta uradi ta korona Narod kuka, troši novce Svi lutamo kao ovce Počeli smo ruke prati I sve češće sada srati Niko brate nema mira Nema više ni papira. (listopad 2020, *Facebook*)	Tako barem kaže mikrobiološka knjiga iako su sad, evo, virusi velika briga […] Eto dragi moji učenici nemojte da iz znanja padaju minusi zato što ste sada naučili šta su virusi. autorica: Sabina Dumpor (listopad 2020, *Instagram* profil Sabine Dumpor)

Autor sljedećih dviju pučkih pjesama jest Zvonimir Jović, muškarac koji na svom *YouTube* kanalu objavljuje izvedbe svojih pjesama. U opisu prvog videozapisa koji je objavio, a u kojem vrlo detaljno[40] retrospektivno progovara o poplavi rijeke Save iz 2014. godine, navodi da pjesme piše od 1977. g. te da „po stare dane" svirajući na šargiji pokušava otpjevati svoje pjesme. Jovićeve pjesme tematski su raznolike: on kazuje o nesretnim, teškim događajima i stanjima u svijetu ili na određenom lokalitetu (poplava, koronavirus, iseljavanje ljudi), o običajima starih naraštaja, poznatim ljudima njegova kraja i glumcu Ivi Gregureviću, o obitelji i starosti te izvodi pjesmu *Smrt Bega u Vitezu*. Potonju su pjesmu neki recipijenti prepoznali, što pokazuje da je riječ o usmenoj pjesmi, a kazivač je utvrdio da je pjesmu naučio od svojih roditelja koji su ju pjevali, a on ju je djelomično izmijenio uz naglasak da je bit pjesme ostala ista.[41] Također bitno obilježje spomenute pjesme opis je u kojemu je Jović napisao da se kazuje istinit događaj koji mu je poznat „po predanju", što ukazuje na postojanje epske pjesme te se

[40] „Težnja za vjernim opisivanjem i bilježenjem povijesnih osoba i događaja u osnovi je pučke poetike koja ih time nastoji spasiti od zaborava" (Dabo 2018: 323).
[41] Novi, dodani dijelovi oblikovani su na „stari" način čime to „novo" nema veliko značenje (usp. Botica 2013: 38).

potvrđuje da „sadržaji koji se prenose govorom, *usmeni*, predajom[42] postaju kolektivna svijest te se podjednako ugrađuju i u pojedinačni i u skupni inventar" (Botica 2013: 12).

Pučke pjesme *Pjesma o koronavirusu* i *Korona me zamalo ubila* sadrže elemente epske pjesme kao što su epski deseterac, fabula i likovi koji se preuzimaju iz društvene stvarnosti i transformiraju (Kekez 1986: 181, 183). Elementi pučkih pjesama vidljivi su u načinu izvođenja kojim se sadržaj ogoljava do priče, odnosno osnovne snažne emocije, zatim u jednostavnoj (parnoj) rimi i pjevnosti koja zbog prirode naglaska riječi ipak ponekad izostaje. U *Pjesmi o koronavirusu*, za razliku od pjesme *Korona me zamalo ubila,* autor „ne daje svoj životopis već događanje koje funkcionira za sve, za neku povezanu zajednicu", što stvara kolektivno pamćenje (Botica 2013: 13). Kao što je već rečeno, digitalna zajednica vrlo je raznolika i neobuhvatna, ali svejedno povezana upravo time što stvara kolektivno pamćenje jednog vrlo izazovnog perioda. Iako autor u pjesmi *Korona me zamalo ubila* progovara o vlastitom iskustvu, odnosno publici daje uvid u jedan segment svojega životopisa, njegovo je iskustvo bolesti uzrokovane koronavirusom jednako iskustvu velikog broja oboljelih, stoga i ova pjesma postaje dijelom kolektivnog pamćenja. Drugim riječima, događaji iz sadašnjosti „će fiksirani pjesmom uvijek imati odjeka u vremenu, odnosno svjedočit će o njihovim akterima te biti pouka budućim naraštajima" (Dabo 2018: 320).

Vjerodostojnost, tj. težnja za istinitošću u pjesmi *Korona me zamalo ubila* postiže se temporalnim situiranjem događaja („dvajest treći novembar je bio") te detaljiziranjem (podrobno se opisuje kako se kazivač osjećao, što je radio i sl.). Pandemija koja se opisuje predstavlja tragičnu i unekoliko neobičnu situaciju o kojoj „čovjek usmeno saopćava čovjeku, slušaocima okolnosti pod kojima se zbio neki događaj" (Zečević 1971: 24). Iako su obje pjesme povišenog emotivnog stanja (ostvarenog motivima smrti, spaljivanja umrlih, odvojenosti od obitelji itd.), autor ih trezveno zaključuje. U *Pjesmi o koronavirusu* na kraju iznosi arhetipsku opomenu i pouku[43] suvremenom čovjeku da se ne uznosi, a u pjesmi *Korona me zamalo ubila* iznosi dobre želje svojoj publici bez prizvuka patetičnosti.

Jezik je ovih pjesama razgovorni s elementima bosanskog štokavskog dijalekta, a posebno je zanimljivo „posezanje za riječima koje pripadaju govoru druge socijalne grupe, za stručnim izrazima druge profesije" koje Zečević karakterizira kao sklonost pučkih pjesnika (Zečević 1971: 29). U *Pjesmi o koronavirusu* pjesnik poseže za leksikom medicine, pa se

[42] Botica tvrdi da je predaja riznica kolektivnog znanja jer od zaborava čuva sadržaje koji su važni za zajednicu te ih oblikuje u primjerene strukture (Botica 2013: 20).
[43] Poučni zaključak karakterističan je za pučke pjesme (usp. Zečević 1971: 29).

pojavljuju riječi *virolozi, karantena* i *pandemija*. Krivca se, kao i u humorističnim sadržajima, prokazuje i kori zbog prehrane, s time da je ovdje geneza pandemije[44] vrlo detaljizirano opisana kako bi se doprinijelo vjerodostojnosti kazivanog događaja. U pjesmi *Korona me zamalo ubila* virus se doživljava kao „đavolje sjeme", odnosno zlo koje je suprotstavljeno dobrome Bogu. Bitno je naglasiti da se u ovoj pjesmi autor izravno i klišeizirano obraća svojim recipijentima („moja braćo mila") čime želi privući njihovu pozornost te stvoriti visoko emotivno stanje. Završetak je pjesme autoreferencijalan: Jović svojim svjedočanstvom bolovanja „dopunjuje" niz vlastitih pjesama u kojima kazuje o koronavirusu.

Analizirane pučke pjesme dokazuju da su pučki tekstovi „ostvarivali [i ostvaruju] važnu ulogu u selektiranju, pohranjivanju, oblikovanju i prenošenju sjećanja zajednice" čime se učvršćuje identitet zajednice (Dabo 2018: 325).

Pjesma o koronavirusu[45]	*Korona me zamalo ubila*[46]
Pitam sebe i cijelu planetu,	Poslušajte, moja braćo mila,
šta se ovo događa u svijetu?	korona me zamalo ubila.
Naopaka stigla su vremena,	Dvajest treći novembar je bio,
jel Božija možda opomena?	sa virusom ja se zarazio.
Il priroda na čovjeka ljuta	S posla došo i na kauč sjeo,
što je bezbroj uništava puta	gladan jesam, ali ne bih jeo.
pa mu želi poruku poslati	Televizor ja upalim tada
il će prestat ili će nestati.	da se malo odmorim od rada.
Od poplava i silnih požara	Pred večer me groznica uhvati,
do tornada koji često hara,	od hladnoće počeo drhtati,
zemljotresi sve pred sobom ruše,	s dva jorgana pokrijem se brzo,
a ratove ljudi nametnuše.	soba topla, ja se opet smrzo.
Ohol narod tehniku razvio,	Glava boli sve jače i jače,
svako veći od Boga bi bio,	simptomi su koji nešta znače.
bogate se glavešine slože	Usta suha, a grlo još peče,
da im niko baš ništa ne može.	sve mi gore što odmiče veče.
A onda se jedan virus mali	Mislio sam gripa il prehlada,

[44] Autoru-kazivaču ponajprije je stalo da ukratko iznese kronologiju događaja zbog čega izostaju estetske vrednote kao što je slučaj i u pučkim kalendarima (usp. Tatarin 2018: 556–557).
[45] Video se može pogledati na https://www.youtube.com/watch?v=lO290T3K5-A (zadnje posjećeno 24. 6. 2020).
[46] Video se može pogledati na https://www.youtube.com/watch?v=WDwl2mwkgck (zadnje posjećeno 24. 6. 2020).

na velikog čovjeka navali. Džabe novci i tehnika kleta, na tisuće pobio je svijeta. U Wuhanu kineskome gradu, pojavi se virolozi znadu, sa neke je životinje sišo i u pluća čovjeku unišo. Sa slijepoga miša ili ptice za Kineze zmije poslastice, jedu mačke i ćukove stare, za štakore daju silne pare. Virolozi ime su mu dali, korona ga virusom nazvali. Lijeka nema, a brzo se širi pa se narod cijeli uznemiri. Na hiljade u jednome danu obolilo ljudi u Wuhanu, taj ne bira [ni] muškarce [n]i žene, proglasiše stroge karantene. Cijela Kina samo za par dana zarazi se iz grada Wuhana, pa iz Kine po cijelome svijetu, pobi ljude i nanosi štetu. Italija prva na udaru, strašna smrtnost za naciju staru, bolnice sve redom pretrpane, svakog dana stotinu sahrane. Kamiona vojnih konvoj bio, pokojnike što je odvozio, krematorij bez prestanka radi, spaljuju se i stari i mladi. U Španjolskoj možda još i gore, s pandemijom i oni se bore,	korona mi na pamet ne pada jer sam masku uvijek nosio da se ne bih negdje zarazio. Ruke prao, držo rastojanje i zdravstveno pratio sam stanje, al je virus, od đavola sjeme, pored mnogih napao i mene. Već do jutra kašljat sam počeo, nema šanse da bi nešta jeo, a kad moram zbog nečeg ustati, počne kašalj, a ne zna prestati. Snage nemam ni za pet koraka, disat moram, ali nemam zraka, šta da radim ni sam nisam znao, doktora sam u kuću pozvao. On na krevet pored mene sjeo, slušalice u ruke uzeo. S njima sluša šta mu pokazalo, kažu pluća oštećena malo. U me gleda, pored mene sjedi, „čaja popij i nešta pojedi”, tekućine barem litre dvije, a za hranu tolko bitno nije. Dvajest dana bolestan sam bio i dvanejst kila smršavio. Jedan sat sam na nogama bio, dvajest i tri ležeć provodio. Jest ne mogu niti mi se traži, samo kompot da mi glad ublaži. Il narandžu il jednu bananu, to je hrana sva u jednom danu. Sebe gledam, vidim da propadam, a ozdravit iskreno se nadam.

plaču ljudi i doktori s njima
jer ne mogu da pomognu svima.
Britanija, Francuska, Njemačka,
nesretnika lista podugačka,
najteže je sad u Ameriki,
pokojnika broj je preveliki.
Na stotine hiljada bolesni,
a mnogi su i na Trumpa bijesni
pa preklinju u svojemu jadu,
mole kisik barem da im dadu.
Privreda je na koljena pala,
proizvodnja maski je procvala,
svud se traže, na četiri strane,
od virusa da nas one brane.
Zamotani sad smo ko mumije,
prazne škole, crkve i džamije,
sporta nema, koncerti prestali
i teatri vrata zaključali.
Druženja su sva redom prestala,
roditeljima slika je ostala,
djecu svoju da na sliki vide,
zabrana je da se ikud ide.
Mi koji smo po svijetu rasuti,
na nepravde česte naviknuti,
virus nas je ekstra pogodio,
šest mjeseci kući nisam bio.
Nadamo se cjepivu il lijeku,
da pomogne nesretnom čovjeku
pa da jednom i taj čovjek shvati,
previsoko nemoj se dizati!

autor i izvođač: Zvonimir Jović
(travanj 2020, *YouTube*)

Bog je dobar, pomoće i meni
jer još trebam i djeci i ženi.
Svom unuku da zapamti djeda,
da ga voli i u njega gleda.
Kad je stari šargiju zasvira
i zapjeva što u srce dira.
Dvje sam pjesme o koroni pjevo,
sad sve vidjeh pa i treće evo.
Za mlade ko i svaka gripa,
a za stare opasnost velika.
Napokon smo cjepivo dobili,
cijepite se, dragi ljudi, mili.
Dok ne bude klasičnoga lijeka,
vakcina je nada za čovjeka.
Još me pluća i grlo boli,
opet pjevam tko me čuti voli.
Želim svima zdravlje bez korone,
da nemate muke kao Zvone.
Želim svima zdravlje bez korone,
da nemate muke kao Zvone.

autor i izvođač: Zvonimir Jović
(prosinac 2020, *YouTube*)

Ova analiza kojom su prezentirani prototipni oblici digitalne komunikacije tematski vezani uz koronavirus može se završiti riječima Critchleya: „Ustvrdio bih da nas humor vraća skromnosti i ograničenosti ljudskoga stanja, ograničenosti koja traži ne tragično-herojsku potvrdu nego komično *priznanje,* ne prometejsku autentičnost, nego neautentičnost kojoj se možemo smijati" (2007: 102). Autorica je ovog rada, kao i žena s fotografije niže, zahvalna za sve sadržaje koji su oblikovali „priču o koronavirusu" jer bi bez njihove transmisije bilo teško prebroditi pandemiju te ne bi bilo ovoga rada.



Slika 114 (svibanj 2020, Instagram)

4. Zaključak

Pandemija koja je zahvatila svijet „ostavila je traga" i u našem digitalnom okruženju. Ti su „internetski krajolici" (Pleše i Senjković 2004) napučeni raznim tekstovima čijim je širenjem oblikovana „priča o koronavirusu". Ta se priča ne odnosi samo na opisivanje koronavirusa, već ona obuhvaća i šire teme koje su povezane s pojavom novog virusa kao što su obrazovanje na daljinu, posao od kuće, karantena i samoizolacija, socijalna distanca, mjere nacionalnih stožera i potres u Zagrebu za vrijeme karantene. O tim temama govori istraživački korpus koji čini više od 650 primjera sakupljenih u razdoblju od ožujka 2020. do lipnja 2021. godine, a od kojih je u ovome radu opisano 119 primjera. Brojnost i raznolikost tema ukazuju na reakciju digitalne zajednice koja prije svega teži katarzičnoj funkciji dijeljenih sadržaja zbog čega dominiraju humoristične objave, ponajviše *memovi* i vicevi u obliku objava na društvenim mrežama. Međutim humor se u digitalnom okruženju najčešće ostvaruje referiranjem na popularnu kulturu (npr. serija *Prijatelji*, superjunak Batman, prilagodbe tekstova pjesama grupe *Queen*) čime se stvaraju zajednička iskustva i postiže homogenizacija raznolike zajednice.

Humor u istraživanom korpusu nastaje na nekoliko načina. On se može referirati na već ostvaren humor u seriji, stvara se izokretanjem stvarnosti (pandemije ili potresa), isticanjem mana drugih naroda i zajednica (npr. vicevi o Muji i Hasi, o Kinezima), ali i ironiziranjem nedostataka vlastitog naroda ili zajednice. Humor se postiže i upotrebom fotografija, riječi ili izraza koji nisu očekivani za neki tekst (primjerice prenošenje dječjeg govora u natpis grafita ili fotografije članova Kriznog stožera), ali i prilagodbama tekstova pjesama koji stvaraju parodiju (tipični su primjer pjesme Luke Bulića). U digitalnom su okruženju u vrijeme pandemije koronavirusa od samog stvaranja humora važnije sljedeće funkcije humora: društvena (povezivanje ljudi u virtualnom svijetu u trenucima kada je fizički kontakt zabranjen), katarzična (olakšavanje prijeteće situacije) i didaktička (zabavna objašnjenja i prikazi kako pravilno prati ruke i nositi maske).

Analiza pokazuje da pučka književnost postoji i u suvremenim oblicima digitalne komunikacije. Osnovni je zahtjev digitalnog svijeta lako i brzo širenje sadržaja, a upravo obilježja pučke književnosti, kao što su poučnost na zabavan način, modeli komunikacije kojima se uspješno prenosi poruka do ciljanog recipijenta, važnost zajednice koja počiva na istim ili sličnim iskustvima i stavovima, oslabljena autorska pozicija, otvorenost teksta (sadržaja) preoblikovanjima, preradama i slobodnim izmjenama uspješno odgovaraju nekim zahtjevima digitalnog svijeta. Osim navedenog, u naravi je pučkog svjetonazora razmišljanje o aktualnim događajima i univerzalnim pitanjima što se prezentira i u digitalnim sadržajima o

koronavirusu. Digitalni sadržaji ukazuju na povezanost pučkoga i popularnoga te na način upotrebe prepoznatljivih pučkih komunikacijskih strategija (npr. serija *Prijatelji*), ali i potvrđuju da tradicionalni usmenoknjiževni žanrovi kao što su vic i bećarac te pučke pjesme uspješno žive u uvjetima digitalne komunikacije i prilagođavaju se novom mediju.

Osim nekih prepoznatljivih obilježja pučke i usmene književnosti koji su prisutni u načinu prezentacije „priče o koronavirusu", ovaj je rad pokazao bogatstvo i raznolikost oblika i žanrova koji tu priču stvaraju. Ti se digitalni oblici još uvijek smatraju tek jednim od oblika komunikacije, odnosno pukim tekstovima koji svakodnevnim jezikom komentiraju aktualne događaje zbog čega se zanemaruje njihova vrijednost. Odabrani analizirani primjeri omogućuju osvješćivanje vlastite kulture koja je pučkija nego što smo mi, recipijenti, spremni priznati ili što nam se čini. Teme koje nas zaokupljuju jednako su zaokupljivale recipijente ranijih stoljeća (primjerice kako se zaštiti od bolesti, u suvremenom kontekstu od koronavirusa, kako pravilno održavati osobnu higijenu i higijenu kućanstva i sl.), ali su posredovane različitim medijima – nekada u pučkim kalendarima, a danas na društvenim mrežama.

5. Literatura

Baym, Nancy K. 2004. Izvedbe humora u računalno posredovanoj komunikaciji. U *Etnografije interneta*, ur. Iva Pleše i Reana Senjković. Zagreb: Institut za etnologiju i folkloristiku, Ibis grafika d.o.o., 161–193.

Botica, Stipe, prir. 1996. *Usmene lirske pjesme*. Stoljeća hrvatske književnosti. Zagreb: Matica hrvatska.

Botica, Stipe. 2000. *Suvremeni hrvatski grafiti*. Zagreb: Naklada Pavičić.

Botica, Stipe. 2013. *Povijest hrvatske usmene književnosti*. Zagreb: Školska knjiga.

Budišćak, Vanja. 2015. Pučka kao popularna književnost. *Jat* 1 (2): 154–169.

Critchley, Simon. 2007. *O humoru*. Prev. Dragana Vulić-Budanko. Zagreb: Algoritam.

Čistov, Kiril Vasil'evič. 2010. Specifičnosti folklora u svjetlu teorije informacije. U *Folkloristička čitanka*, ur. Marijana Hameršak i Suzana Marjanić. Zagreb: AGM, 139–158.

Dabo, Emina. 2014. Iz pučkoga pjesništva otoka Paga: Iveša i Novalja. *Čakavska rič: polugodišnjak za proučavanje čakavske riječi* 42 (1–2): 147–162.

Dabo Hunjak, Emina. 2018. Fenomen pučkog pjesništva otoka Paga i njegova uloga u zajednici. *Tabula: časopis Filozofskog fakulteta, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli* 15: 317–331.

Đurđević, Ranka i Milvia Gulešić Machata. 2018. Struktura i jezična obilježja zagrebačkih grafita. U *Tragovi tradicije, znakovi kulture. Zbornik u čast Stipi Botici*, ur. Evelina Rudan, Davor Nikolić i Josipa Tomašić. Zagreb: Hrvatska sveučilišna naklada, Hrvatsko filološko društvo, Matica hrvatska, 615–638.

Hine, Christine. 2004. Virtualni predmeti etnografije. U *Etnografije interneta*, ur. Iva Pleše i Reana Senjković. Zagreb: Institut za etnologiju i folkloristiku, Ibis grafika d.o.o., 27–54.

Jambrešić Kirin, Renata. 2018. Daj, daj, daj Kolinda, zapjevaj malo s nama, zapleši malo sama. U *Humor u svakodnevnoj komunikaciji*, ur. Renata Jambrešić Kirin, Jelena Marković, Ljiljana Marks i Nataša Polgar. Zagreb: Institut za etnologiju i folkloristiku, 267–294.

Jolles, Andre. 1978. *Jednostavni oblici*. Prev. Vladimir Biti. Zagreb: Studentski centar Sveučilišta u Zagrebu, Kulturne djelatnosti.

Katarza. *Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje.* Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2021. http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=30849 (Pristupljeno 20. 2. 2021).

Kekez, Josip. 1986. „Usmena književnost". U *Uvod u književnost*, ur. Zdenko Škreb i Ante Stamać. Zagreb: Globus, 133–152.

Kekez, Josip, prir. 1996. *Poslovice, zagonetke i govornički oblici*. Stoljeća hrvatske književnosti. Zagreb: Matica hrvatska.

Marković, Ivan. 2018. Croatian jokes about Bosnians. *Croatica* 42 (62): 365–380.

Marković, Ivan. 2018a. Jezikoslovci i vic: slučaj Charlesa F. Hocketta. U *Humor u svakodnevnoj komunikaciji*, ur. Renata Jambrešić Kirin, Jelena Marković, Ljiljana Marks i Nataša Polgar. Zagreb: Institut za etnologiju i folkloristiku, 133–161.

Marković, Ivan. 2019. *Uvod u verbalni humor.* Zagreb: Disput.

Pavličić, Pavao. 1987. Pučka, trivijalna i masovna književnost. U *Trivijalna književnost*, ur. Svetlana Slapšak. Beograd: Studentski izdavački canter UK SSO, Institut za književnost i umetnost, 73–83.

Pleše, Iva i Reana Senjković. 2004. Etnografije interneta. U *Etnografije interneta*, ur. Iva Pleše i Reana Senjković. Zagreb: Institut za etnologiju i folkloristiku, Ibis grafika d.o.o., 5–13.

Predojević, Željko. 2019. Mudrolije. Internetski memi poslovičnoga karaktera na primjeru mrežne stranice Mudrolije sa Twittera. *Etnološka tribina* 49 (42): 152–172.

Sever Globan, Mateja Plenković i Vesna Varga. 2018. Reklame i rodni stereotipi: važnost medijske pismenosti. *Media, culture and public relations* 9 (1–2): 81–94.

Shifman, Limor. 2016. Meme. U *Digital Keywords: A Vocabulary of Information Society and Culture*, ur. Benjamin Peters. Princeton i Oxford: Princeton University Press, 197–205.

Tatarin, Milovan. 2006. Uloga pučkih kalendara u stvaranju hrvatske čitateljske publike (Kalendar Ignjata Alojzija Brlića). U *Raslojavanje jezika i književnosti. Zbornik radova 34. seminara Zagrebačke slavističke škole*, ur. Krešimir Bagić. Zagreb: FF press, 107–141.

Tatarin, Milovan. 2007. Jedan zaboravljeni slavonski kalendar iz 18. stoljeća. *Dani Hvarskoga kazališta* 33: 131–185.

Tatarin, Milovan. 2018. *Na korist i zabavu Slavonaca. Rasprave i prilozi slavonskoj književnoj kulturi 18. i početka 19. stoljeća.* Zagreb: Matica hrvatska.

Tomašić, Josipa. 2010. Žena u natpisima na ukrasnim zidnim krpama (zidnjacima). U *Peti hrvatski slavistički kongres. Zbornik radova s Međunarodnoga znanstvenoga skupa održanoga u Rijeci od 7. do 10. rujna 2010. Knjiga 2*, ur. Marija Turk i Ines Srdoč-Konestra. Rijeka: Filozofski fakultet u Rijeci, 361–369.

Tomašić, Josipa. 2015. Recipijenti pučke književnosti kao polazište za razumijevanje pučke poetike. *Narodna umjetnost* 52 (2): 179–194.

Tomašić, Josipa. 2018. Humor u kuhinji: što je smiješno u natpisima na zidnjacima? U *Humor u svakodnevnoj komunikaciji*, ur. Renata Jambrešić Kirin, Jelena Marković, Ljiljana Marks i Nataša Polgar. Zagreb: Institut za etnologiju i folkloristiku, 61–79.

Užarević, Josip. 2012. *Književni minimalizam*. Zagreb: Disput.

Užarević, Josip. 2008. Protonarativ i narativ – poslovica i vic. Zagrebačka slavistička škola, 6. 5. 2008. https://www.hrvatskiplus.org/article.php?id=1885&naslov=protonarativ-i-narativ-poslovica-i-vic (Pristupljeno 23. travnja 2020).

Zečević, Divna. 1971. Rastvaranje formula tradicionalne usmene poezije – formule pučkih pjesama. *Narodna umjetnost* 8 (1): 19–41.

Zečević, Divna. 1978. Pučki književni fenomen. U Maja Bošković-Stulli i Divna Zečević, *Povijest hrvatske književnosti. Knj. 1, Usmena i pučka književnost*. Zagreb: Liber/Mladost, 357–638.

6. Sažetak

Pojavom pandemije koronavirusa početkom 2020. godine u virtualnom se prostoru počela oblikovati svojevrsna „priča o koroni", metanarativ koji obuhvaća raznolike podteme i diskurse vezane uz koronavirus. Istraživački korpus ovoga rada čine digitalni sadržaji koji su prikupljani u razdoblju od ožujka do prosinca 2020. godine na društvenim mrežama te internetskim portalima, a u čijem oblikovanju prepoznajemo različite elemente usmene i pučke poetike, osobito u spoju pouke i zabave. Prikupljeno je više od 650 različitih oblika, a među prikupljenim materijalom dominiraju *memovi*, najraširenij oblik komunikacije suvremene virtualne zajednice, objave (pod što se ubrajaju i slike grafita, transparenata te reklama), videi, vicevi i pučke pjesme.

U radu će se na odabranim primjerima digitalne komunikacije proučavati elementi pučke poetike kao što su oslabljena autorska pozicija, otvorenost i prilagodba teksta, važnost zajednice te poučnost na zabavan način. Spoj pouke i zabave, temeljno obilježje pučkih kalendara, vidljiv je u humorističnim sadržajima koji dominiraju među prikupljenim materijalom. Kako u oblikovanju humorističnih sadržaja o koronavirusu važno mjesto među prikupljenim primjerima zauzimaju vicevi, u radu će se opisati poetika vica kao usmenoknjiževnoga žanra. Također će se pokazati kako se u prepoznatljivoj formi pučke pjesme odgovorilo na virusnu pandemiju te kako su se, i u suvremenoj virtualnoj komunikaciji, u određenoj mjeri zadržali obrasci koje je kao uspješan model komunikacije koristila pučka književnost.

Ključne riječi: koronavirus, digitalni folklor, pučko, humor, *meme*

Summary

With the appearance of the coronavirus pandemic in early 2020, a certain "corona story" began to take shape in the virtual space, a metanarrative that encompasses a variety of subtopics and discourses related to the coronavirus. This paper's research corpus consists of digital content collected in the period from March to December 2020 on social networks and web portals. In its formation we recognize various elements of oral and folk poetics, especially in the combination of instruction and entertainment. More than 650 different examples have been collected and the dominant form among the collected materials are memes (the most widespread

form of communication of the modern virtual community), posts (including graffiti, banners and advertisements images), videos, jokes and folk songs.

Elements of folk poetics such as the weakened authorial stance, openness and adaptation of the text, the importance of the community and instruction in the form of entertainment will be studied on the selected examples of digital communication. The combination of instruction and entertainment, a fundamental feature of folk calendars, is visible in the humorous content that is dominant among the collected materials. Seeing as jokes have an important place among the collected examples when it comes to the formation of humorous content about the coronavirus, the poetics of the joke as a form of oral literature is described. In addition, it is shown how the response to the viral pandemic was formulated in the recognizable form of the folk song and how, in modern virtual communication, the patterns used by folk literature as a successful model of communication have been preserved to a certain extent.

Keywords: coronavirus, digital folklore, folk, humour, meme