

Uvod → mimovi kao replikacija *même*

Ričard Dokins je skovao reč *mem* prema analogiji sa terminom *gen* iz oblasti biologije. Ovim terminom se označava kulturna replikacija – ponekad u svom izvornom obliku, a češće sa izmenama – posredstvom imitativnih sekvenci. Ova nova reč je takođe i pozivanje na francusku reč *même* koja znači „isto“. Mim je ono što istrajava kada se *même* (isto) reprodukuje. Ipak, definisanje onoga što opstaje i precizno određivanje jedinice replikacije nije jednostavan zadatak. To može biti „sadržaj“ kulture (za Dokinsa je uvodna tema Betovenove Devete simfonije primer mima) ili određeni skup ponašanja, kao što je, recimo, plesni pokret.

Zahvaljujući relativno lakoj reprodukciji i modifikaciji digitalnog sadržaja, mimovi su postali jedan od centralnih elemenata internet kulture. Oni su takođe i izvanredan primer kompleksnosti fenomena replikacije/modifikacije. Internet mimovi se samoorganizuju u mreže, u okviru kojih zatim dolazi do njihove rekonfiguracije i učvršćivanja. Zahvaljujući digitalnim alatima, mimovi se lako mogu identifikovati i lako im se može ući u trag, čime je njihova katalogizacija veoma pojednostavljena. Kao rezultat svega toga, došlo

je do rađanja jedne kompleksne kulture, koja neretko deluje apsurdno.

Viralna logika i mimska logika

Proces mimske replikacije se po svojoj kompleksnosti razlikuje od drugih, jednostavnijih logika prenošenja na internetu. Kada dođe do obimnog deljenja određenog linka onlajn, tu pojavu nazivamo *viralno prenošenje*; sadržaj u tom slučaju ostaje identičan originalnoj objavi i ne dolazi do njegove modifikacije za svaki novi post ili deljenje. Mimska replikacija, s druge strane, podrazumeva postojanje reinterpetacije.

U ovom slučaju se ne radi o prostoj cirkulaciji sadržaja, već se on upotrebljava kao matrica na osnovu koje se generiše novi sadržaj. Muzički video *Gangnam Style* predstavlja tipičan primer kombinacije ovih dveju logika. Južnokorejski muzičar PSY je napravio spot koji je prvi na svetu dostigao milijardu pregleda na Jutjubu, i time postao prvi globalni megahit. Ipak, za razliku od većine muzičkih spotova, *Gangnam Style* se istakao time što je bio naročito pogodan za reinterpetaciju zbog svog jednostavnog i efektnog stila, čime je generisao na hiljade parodija, od kojih je svaka predstavljala adaptaciju izvedenu na osnovu kulturnog konteksta novonastale verzije. Na svom putu ka svetskoj slavi, ovaj video je u novim verzijama prošao kroz hiljade metamorfoza, prilagođavajući se konkretnoj kulturi – što je i sama suština logike mimskog prenošenja.

Reprodukcija mimova uvek podrazumeva proces deljenja sadržaja. On se najpre širi kao strukturisani,

fiksni sadržaj koji će se umnožavati – matrica, a zatim kao sadržaj koji će se modifikovati tokom reinterpetacije. Isti sadržaj se može deliti na različite načine. Spot za pesmu *Gangnam Style*, na primer, nudi lako prilagodljiv koreografski jezik, koji je jednako pristupačan i raznim svetski poznatim ličnostima (Ban Ki Mun, Dejvid Kameron) i hiljadama dece školskog uzrasta širom sveta. Ovi jednostavni pokreti su imitirani, reinterpetirani i parodirani do te mere da su postali istinski globalni fenomen plesne reprodukcije. Svoje verzije ovog videa su snimali na internet postavljali vatrogasci, medicinske sestre, pa čak i naučnici iz NASA, ponekad u duhu parodije, ponekad sa političkim porukama, ali najčešće jednostavno da bi napravili i podelili nešto što je „kul“. U ovom slučaju je vizuelni obrazac *Gangnam Style*-a bio ta srž imitativne reprodukcije. Na taj način su se viralna i mimska logika međusobno prožimale, vršeći uticaj jedna na drugu – čime je ovaj fenomen dobijao na snazi. *Gangnam Style* je jedan od prvih primera globalnog uspeha viralne moći interneta i pokazatelja njegove snage, koji je istovremeno omogućio i pojavu jedne finije kulturne adaptacije, ponudivši čvrstu matricu za generisanje hiljada drugih mimova.

Grafički i lingvistički sistemi

Katalogizacija i popisivanje mimova predstavlja visokorazvijenu aktivnost u pojedinim internet zajednicama. Sajtovi kao što je knowyourmeme.com identifikuju svaki mim i prate njegovo poreklo, razvoj i različite interpretacije. Mimovi se reprodukuju prema

određenim imitativnim logikama karakterističnih sličnosti i razlika.

Ulogu jedinice replikacije ponekad ima samo jedna rečenica, kao u slučaju uzvika „This is Sparta!“ [„Ovo je Sparta!“] iz filma *300*, ili samo jedan lik, kao što je Sten iz video igre *The Secret of Monkey Island*. Prikazana jedinica se može videti u različitim kontekstima, a njen komični efekat je zapravo funkcija udaljenosti od originalnog konteksta.

Viralni sadržaj (na primer, uspešan video) može pokrenuti brojne parodije koje će preuzeti vizuelnu, narativnu ili zvučnu strukturu originalnog modela, bez strogog pridržavanja izvorne forme. Najuspešniji internet videi uglavnom pripadaju grupi parodija. Video *Charlie Bit Me* [Čarli me je ujeo], u kome beba ugriza starijeg brata za prst, doživeo je veliki broj remiksa i dramatizacija. Neki od tih remiksa kombinuju dva sasvim odvojena mima, tako što se, na primer, lice dečaka koga je mlađi brat ugrizao zamenjuje licem kralja iz „This is Sparta!“.

I na kraju, pojedini mimovi mogu da obrazuju čitave grafičke ili lingvističke sisteme. „Slikovni makroi“ [engl. *macro* – šablonska kombinacija slike i teksta - *prim. prev.*] su vizuelni formati koji grafički kombinuju određene tipove slika i tipografskih elemenata, na osnovu prepoznatljivih modela. Jedan od najrasprostranjenijih sistema slikovnih makroa – LOLcats [LOLmačke] – obično se javlja u vidu fotografije mačke uz duhovit natpis na nepravilnom engleskom, velikim štampanim slovima i u određenom fontu. Ovi grafički sistemi predstavljaju poziv na proizvodnju novih poruka, sledeći isti šablon, kao i na smišljanje drugih, izvedenih šablona za izražavanje. Inovacija

se, dakle, odigrava na dva fronta – jedan je sadržaj a drugi forma ovakvih poruka.

Nepravilan engleski jezik kojim se služi LOLcat sistem, naziva se LOLspeak [LOLgovor]. Za njega su karakteristični namerno bizarni sintaksički i pravopisni oblici, koji ipak pokazuju izvesnu tendenciju ka doslednosti, kako bi formirali jedan poseban jezik. Stereotipne fraze se često imitiraju i prilagođavaju različitim kontekstima, tako da je ova imitativna reprodukcija ipak izgrađena na osnovu određenih sintaksičkih šablona.

Zbog pristrasnosti ka novim sintaksama, ponekad, kao kolateralni efekat, dolazi do grubih prevoda. Još od kasnih '90-ih, ovaj lingvistički fenomen je amblematisovan legendarnom rečenicom „All Your Base Are Belong to Us“ [„Sve vaše baze su pripadaju nama“, *sic*] – lošim prevodom japanske rečenice na engleski. Neobičnost ove formulacije tada je standardizovana kao generički šablon za stvaranje novih rečenica istog tipa.

Autonomizacija mimske replikacije i apsurdnost

Distinktivna i destabilišuća karakteristika mimske replikacije je ta što se uglavnom predstavlja kao da je sama sebi cilj. Dok viralna replikacija podrazumeva deljenje sadržaja koji se smatra relevantnim, mimska imitacija može transformisati kulturni sadržaj bez sopstvenog kvaliteta u replikativnu matricu koja će zatim poslužiti kao šablon za proizvodnju na hiljade derivata. Tako se, na naizgled arbitraran način, slike tužnog Kijanua Rivsa ili bebe koja pleše pretvaraju u

replikativne šablone. Globalna mimska „mašina“ na taj način proizvodi jednu autonomnu i apsurdnu kulturu, čija je jedina svrha fascinacija samim mimskim procesom.

Da li je ta autonomna i refleksivna fascinacija, koja vodi proizvodnji mimova „radi njih samih“, pokazatelj rane faze globalnog mimskog procesa ili je to karakteristično obeležje nove kulturne logike 21. veka? Arbitrarnost i apsurdnost mimske replikacije podsećaju na estetiku nadrealizma ili dadaizma prve polovine 20. veka. Da li smo svedoci nastanka ogromnog umetničkog dela popularne, demokratske umetnosti, koje se kolektivno i neprekidno stvara? Da li možda prividna apsurdnost podražavanog sadržaja maskira neke druge, političke ili disidentske diskurse? Do koje je mere korišćenje te arbitrarne i naizgled besmislene estetike znak raspoznavanja unutar zajednice?

Sociologija replikacije

Raznovrsnost i estetska kompleksnost koje karakterišu mimove čine ih prirodnim znakovima raspoznavanja u okviru zajednica. Postoje oni koji umeju da ih prepoznaju, razumeju i dešifruju, ali i oni koji pred njima ostaju zbunjeni – kao da su suočeni s nepoznatim jezikom. Neki su tim kodovima ovladali dovoljno da ih prisvoje, pa i da sami učestvuju u procesu replikacije i reinterpetacije, dok drugi nisu dovoljno odmakli u procesu inicijacije da bi postali aktivni igrači.

Kao takva, kultura mimova je, po svojoj prirodi, hijerarhijski ustrojena. Najobičnije fotografisanje i objavljivanje selfija na Fejsbuku već predstavlja uče-

stvovanje u jednostavnoj i uobičajenoj formi mimske replikacije, jer podrazumeva primenu standardizovane procedure proizvodnje jednog jednostavnog vizuelnog objekta, karakterističnog za određeni kontekst. Sa ovom praksom je povezano nekoliko karakterističnih supkultura. Pravljenje „pačijeg kljuna“ [engl. *duck face selfie*; skupljanje usana u oblik nalik pačijem kljunu – *prim. prev.*] predstavlja praksu koja je u jednom periodu bila popularna među adolescentima i adolescentkinjama. Prekrivanje lica dlanom kako bi se reprodukovao *facepalm* pokret sa poznate fotografije kapetana Žan-Lika Pikara iz serije *Zvezdane staze* sadrži štrebersku referencu, karakterističnu za šire rasprostranjene internet mimeove. Pravljenje selfija sa crnim naočarima za sunce bi se u Kini moglo shvatiti kao postupak podrške aktivisti Čen Guančenu.

Dakle, ovladavanjem složenim grafičkim i lingviističkim sistemima identifikuju se određene zajednice koje karakterišu različiti oblici elitizma. Na kulturnu „pismenost“ kompjuteraških „gikova“ i „frikova“ nadograđuje se i ovladavanje određenim alatima i softverom različitih nivoa kompleksnosti – naročito Fotošopom – čime se još više produbljuje podela populacije na „upućene“ igrače i one koji to nisu.

Sociologija mimskih praksi je i geografski razgraničena. Uprkos trendu ka globalizaciji, kao rezultat replikativnih procesa karakterističnih za internet, kulturne razlike ipak postoje. Nema mnogo zemalja u kojima simpatične slike mačaka sa pratećim tekstom nisu omiljeno sredstvo prenosa u okviru ove kulture. Mimovi svakako pomažu u izgradnji kulturnih mostova, ali su ipak daleko od jednoobraznog, standardizo-

vanog ponašanja. Suprotno tradicionalnim masovnim medijima, njihova participativna dimenzija omogućava suptilne reaproprijacije, koje se prilagođavaju lokalnim temama. Poput bilo kog drugog lingvističkog sistema, i mimovi prolaze kroz neprekidan proces dijalektizacije i kreolizacije.

Širenje mima dekonstruisanjem i prevođenjem šablona u neki novi oblik, ili smišljanjem novog, izvedenog šablona, pre svega je komunikacijski čin. To je čin kojim se šalje poruka manje-više jasno određenoj zajednici. Štaviše, neke mimske prakse su strukturisane upravo prema prirodi poruke koja se njima prenosi. Stvaranje slikovnih makroa je brzo dovelo do nastanka tipiziranih slika, pogodnih za izražavanje određenih vrsta poruka. Neki od primera su Advice Animal [savetodavna životinja] ili Annoying Facebook Girl [iritantna devojka sa Fejsbuka] – to su primeri šablona u kojima određena vizuelna figura uvek iznosi određenu vrstu govora. Ti „tipovi“ sačinjavaju narativno-vizuelni vokabular za izražavanje širokog spektra komentara. Dakle, mimskom praksom se istovremeno identifikuje i globalni razgovor koji nastaje oko podzajednica, ali i izgradnja neprekidno evoluirajućeg kolektivnog opusa staralštva.

Dolazi do nekakve promene u istoriji medija. Kultura mimova nudi nov teren za izučavanje, koji je jednako bogat i kompleksan. Po prvi put se kulturni fenomen koji je istovremeno i globalan i lokalan, i popularan a nekako ipak elitistički, fenomen koji je stvoren, prenošen i organizovan putem tehnologije, može izučavati s velikom preciznošću. Izučavanje mimova se ne svodi na prosto razumevanje toga šta je digitalna kultura ili šta bi ona mogla postati. Ono ta-

kođe podrazumeva i smišljanje novog pristupa, kojim će biti obuhvaćena kompleksnost cirkulisanja obraza-
ca na globalnom nivou.