



**Szociológia és  
Kommunikációtudomány  
Doktori Iskola**

## **TÉZISGYŰJTEMÉNY**

**Veczán Zoltán György**

**Kelet-Európa és a kelet-európaiak az internetes  
mémek nyilvánosságában**

**Egyenlőtlenségek és az azokat potenciálisan  
fenntartó, valamint megjelenítő gyakorlatok feltárása  
Európa keleti felének és annak lakóival kapcsolatban  
az internetes mémek nyilvánosságában**

című Ph.D. értekezéséhez

**Témavezető:**

**Dr. Bokor Tamás Ph.D.**  
egyetemi docens

Budapest, 2021

**Szociológia és Kommunikációtudomány Doktori  
Iskola**

# **TÉZISGYŰJTEMÉNY**

**Veczán Zoltán György**

**Kelet-Európa és a kelet-európaiak az internetes  
mémek nyilvánosságában**

**Egyenlőtlenségek és az azokat potenciálisan  
fenntartó, valamint megjelenítő gyakorlatok feltárása  
Európa keleti felének és annak lakóival kapcsolatban  
az internetes mémek nyilvánosságában**

című Ph.D. értekezéséhez

**Témavezető:**

**Dr. Bokor Tamás Ph.D.**  
egyetemi docens

© Veczán Zoltán György

# Tartalomjegyzék

Tartalomjegyzék.....	3
I. Kutatási előzmények és a téma indoklása.....	4
1.1. A kezdetek.....	4
1.2. A memetikától a virtuális karneválig.....	5
1.3. Egyenlőtlenség, sztereotípiák és a posztkolonialista keret.....	6
II. A felhasznált módszerek.....	9
2.1. A küldők.....	10
2.2. Az üzenet.....	10
2.3. A befogadók.....	12
III. Az értekezés tudományos eredményei.....	13
IV. Főbb hivatkozások.....	16
V. A témakörrel kapcsolatos saját publikációk jegyzéke.....	22

# **I. Kutatási előzmények és a téma indoklása**

## ***1.1. A kezdetek***

Személyes érdeklődésem az internetes mémek iránt már 2015-ös, mesterszakos szakdolgozatomban is megjelent, amelyet *Mémesedés a magyar közéletben* címmel írtam. Revelatív erővel hatott rám a médiarítusok neodurkheimi felfogása, elsődlegesen Császi Lajos (2002) tolmácsolásában, miszerint a Bahtyin-i (1973) karnevál modern megfelelőjének a populáris kultúra tekinthető: egyértelműnek tűnt számomra, hogy inkább az internetes mémek a karneváli örökség hordozói. Mindez beleillett a Jürgen Habermas-féle (1993) társadalmi nyilvánosság elméletek keretébe, ahol a mainstream média uralta refeudalizált, a tömegeknek semmilyen beleszólást nem engedő modern nyilvánosságáról írt – e mainstream ellen nyilvánosságaként azonosítottam a mémek nyilvánosságát. A tekintély kigúnyolásának lehetősége és a decentralizáltság a karneváli főtér és a web 2.0 nyilvánosságára is igaz volt, csakúgy, mint az alacsony részvételi küszöb, a paródia, gúny, ironia, de legfőképpen a tekintélyes vagy archetipikus karakterek maszkja, amit a középkori karneválok szereplői fizikai formában, a mémkészítők pedig virtuálisan „húztak fel” az adott szereplő megjelenítése céljából.

A hatalomnélküliek hasonló tömeges reakciója doktori tanulmányaim során is érdeklődésem homlokterében maradt – vizsgáltam retorikai szempontból a politikai humor és a klímaváltozás témája kapcsán, illetve a nagyvállalatokkal szembeni tömeges trollkodás, úgynevezett raid jelenségét fókuszba emelve.

Kutatásom a slav squat – a „szláv” guggolásra alapozó – mémek megjelenésével kapott új irányt, s a posztkolonialista megközelítés klasszikus és újabb, Kelet-Európára vonatkoztatható irodalma pedig kijelölte doktori értekezésem témáját: a jelenség vizsgálatát az internetes mémek – elvileg egalitárius – karneváli nyilvánosságában, illetve annak a kérdése, hogy mennyiben hasonlítható az e témában tapasztalt kirekesztő jelleg és a kelet-európaiak erőteljesen sztereotipikus megjelenítése néhány olyan gyakorlatnak, amely rassz, nemi hovatartozás, szexuális orientáció, vallási hovatartozás alapján sztereotipizál és rekeszt ki csoportokat, azonban ma már – minimum a mainstream diskurzusokban – erőteljes elutasítottság osztályrésze.

A továbbiakban igyekszem összefoglalni, mire jutottam e kérdésben.

## ***1.2. A memetikától a virtuális karneválig***

A disszertáció kiindulópontja természetesen Richard Dawkins alapműve; Az önző gén (1976) jókora hullámokat vert, amelyek a nyolcvanas években elérték a kultúrákutatókat, a kilencvenes években pedig a kibernetika területét, többek között Daniel C. Dennettnek (1996), Dan Sperbernek (1996) és Susan Blackmore-nak (1999) köszönhetően. Így, főleg a genetika és az epidemiológia analógiáinak felhasználásával, megszületett az új tudományág, amely számos kritikát kapott, mások viszont gyakorlatiasabb területeken – például a szervezettudományban vagy az üzleti életben – alkalmazni kezdték a mém koncepcióját korábban nehézkesen magyarázható folyamatok leírására.

Többek között Dawkins (1976), Dennett (1995) Gatherer (1998) és Blackmore (1999) definícióit összesítve a mémet tekinthetjük a legkisebb megjegyezhető kulturális, információs vagy imitációs egységnek, amely a kulturális evolúcióval és kiválasztással áll kapcsolatban, és potenciálisan befolyásoló erővel bír. Végül az ezredfordulón kutatók az internet, pontosan a web 2.0 kapcsán, a részvételi nyilvánosságot érintő egyes jelenségek és kérdések célzott feldolgozásához újra felfedezték és adaptálták a mémelméletet, ötvözve a kulturális reprezentáció, a narratíva és – a kibernetika után – a digitális kultúrakutatás területeivel.

Itt említés szintjén fontos megemlékeznünk az online mém (Knobel és Lankshear, 2007), majd az internetes mém (Davison, 2009) fogalmának megjelenéséről, kapcsolódásáról a terjedékenység Jenkinsi fogalmához az online tartalmak virális terjedése kapcsán végzett kutatások tekintetében (Jenkins 2006, Jenkins et al. 2009), valamint a módosíthatlanul terjedő „viral” és mém megkülönböztetése terén (Nahon és Hemsley, 2013, Shifman, 2014) – s mindezekből szintetizálható definíció, hogy az internetes mémek nyilvánossága egy olyan tér, ahol a felhasználók meglévő műalkotások gyakran humoros remixelésével, intertextuális utalásokkal, ezeket jelző vizuális kódokkal előállított, terjedékeny kulturális produktumokkal vesznek részt.

### ***1.3. Egyenlőtlenség, sztereotípiák és a posztkolonialista keret***

A részvétel módja ugyancsak izgalmas: Habermas és Bahtyin már említett fogami keretei mellett (amely összefüggést a karneváli esztétika kapcsán később Glózer [2015], a maszkfogalom megalapozottságát

pedig Denisova [2019] is visszaigazolta) fontos, hogy itt egy – virtuális – barkács-szubkultúráról van szó. Olyanról, amely meglévő kulturális produktumokat oroz el – térít el (Debord, 1967) – és alakít át saját céljai szerint, kollektív alkotófolyamatok (Baudrillard 1990) keretein belül. Kulcsszavak a vernakuláris – közönséges, népi – kreativitás (Burgess, 2007), a kulturális orvvadászat (de Certeau 1984), amely a mainstreammel szembehelyezkedve, ám annak elemeiből barkácsolva egyrészt visszavezet minket a népi humor karneváli megjelenéseire, másrészt ismét rámutat a mainstreammel szembeni aszimmetriára (Esteves és Meikle 2015, Leiser 2019, Shifman 2014, stb.).

De még ezen a nyilvánosságon belül is farkastörvények uralkodnak annak tekintetében, ki lehet része: a különbségtétel egyik alapja már nem a digitális írástudás, hanem a szociokulturális írástudás (Gee 2010), szubkulturális műveltség, szubkulturális tőke kell: a kódex és a normák ismerete, azaz az aktuálisan népszerű mémek beható ismerete (Shifman 2014, Milner 2016).

Emellett a feltételezett, implikált olvasó (Milner 2016), az alapértelmezett felhasználó fehér bőrű, fiatal, heteroszexuális, észak-amerikai vagy nyugat-európai férfi (Zerubavel 2018, Drakett et al. 2018), ami ugyancsak tudat alatti kirekesztő gyakorlatokat eredményezhet e domináns csoport előnyben, s a többi hátrányban részesítésével (Phillips 2015). Ennek fő eszköze a humor – a domináns csoport humora, amely egyúttal uralomgyakorló, -fenntartó és -kifejező eszköz (Shifman és Varsano 2007, Milner 2013, 2016), s amely gyakran épül a nemdomináns csoportok sztereotip megjelenítésére – a sztereotípiák ugyancsak az említett (szub)kulturális tőke részei.

Ráadásul kimondott elvárás is, hogy ezt a sokszor sztereotípián alapuló, olykor durva humort – a lulzt (Philips 2012, 2015, Milner 2013a) – egyfajta hamis konszenzus (Burroughs 2013) részeként minden résztvevőnek el kell fogadnia, mert a nyílt lázadás kiközösítéshez vezethetne.

Ennek megfelelően számos kutatás foglalkozott rassz, nem vagy éppen szexuális orientáció kapcsán megjelenő, kirekesztő sztereotípiákkal az mémek körében (Yoon 2016, Williams et al . 2016, Drakett et al, 2018, Matamoros-Fernández, 2020, Shifman, 2014, valamint Milner 2016), megerősítve a jelenség létezését, sőt, meglehetősen gyakoriságát.

Ugyanakkor, míg a posztkolonialista, kritikai diskurzus erőteljesen megjelent ezekben a kutatásokban, a hasonlóan egyenlőtlen hatalmi helyzetből fakadó, Európa keleti fele kapcsán megnyilvánuló sztereotipizáló gyakorlat vizsgálata ettől teljesen elmaradt, annak ellenére, hogy számos megállapítás Edward Said ([1978] 2000), Frantz Fanon (1985, 1986), Homi K. Bhabha (1994) vagy Albert Memmi (2003) részéről kimondottan helytállónak tűnik a „másik”, „nem-egészen”-Európa kapcsán, mint arra sokan rámutattak (Bakić-Hayden 1995, Todorova, 1997, Babkou 2012, Moore 2008, Goldsworthy 1998, Young 2001, Hammond 2007, Wolff 1994, Pyzik 2014, Žižek 2003), nevezve azt Kelet-Európa feltalálásának, Európán belüli orientalizmusnak, Balkán-képzeldésnek, nyugati arroganciának – legyen az megvető lenézés, vagy atyáskodó, pártfogó leereszkedés, esetleg a „nemes vadember” furcsa csodálata –, a lényeg a nyugati kódokkal és a jelöletlen nyugati centrum szemszögéből meghatározott hamis reprezentáció, amit csak tetéz az autentikusra kiéhezett nyugati (tudatú) művészek kulturális kizsákmányolása a ruházat vagy egyéb



produktumok tekintetében. A mémek az internet közös nyelve, „lingua francája”, állítja Milner (2013b), azt azonban elfelejti hangsúlyozni, hogy az ilyen közös nyelvek nem csak a marginalizált szubkulturák, de etnikai vagy regionális identitások elnyomására is alkalmas, s hogy mindig van szupersztrátuma, felső, domináns rétege, amely az internetes mémek esetében a nyugati centrum nyelve – az angol –, és a nyugati – elsősorban amerikai – populáris kultúra kódjai.

Mindennek fenntartásában a sztereotípiák tárgyai, kelet-európai felhasználók (gyarmati feketékhez hasonlóan) ugyanígy részt vesznek saját kultúrájuktól elszakadó, a domináns olvasatot magukévá tévő asszimilánsként, tolmácsként (Fanon 1986, Memmi 2003, Bhabha 1994) az internetes mémek nyilvánosságában is – másik megoldás, hogy iróniával, öniróniával reagálnak a helyzetre (Young 2001), ugyanakkor ezzel önkéntelenül is segítve az egyenlőtlen diskurzus fenntartását, sokszor olyan sztereotipizáló gyakorlatokkal, amelyeket rassz-, nem- vagy szexuális orientáció alapján alkalmazva közmegejtés tárgyává válnának: ilyen a blackface comedy (Sammond 2015 vagy Matamoros-Fernández 2020) vagy a hipster mysogny (Quart 2012) – amelyek alapján disszertációmban annak empirikus, igazoló része után a kelet-európai vonatkozásban az eastface comedy és a hipster westernism kifejezéseket javasolom meghonosítani.

## **II. A felhasznált módszerek**

A kutatás során három részből álló, hibrid módszertan került alkalmazásra a Berlo-féle modell adaptációjának (1. ábra) keretein

belül; az egyes mémpéldányokat potenciálisan készítő sztereotípiáinak, a látható mémpéldányoknak és a befogadói reakcióknak a vizsgálata.

1. ábra – a Berlo-féle modell (1960) adaptációja



## 2.1. A küldők

A potenciális küldők vizsgálata összetett kérdőíves felméréssel történt, 136, zömmel külföldi résztvevő bevonásával, amelyben a demográfiai adatok, a „szláv”, „kelet-európa” és „balkán” kategóriákhoz és az internetes mémekhez való viszonyulás mintázatai kerültek feltérképezésre, s ezzel összevetve az egyes sztereotípiákkal kapcsolatos attitűdök ötfokozatú Likert-skálán való felméréseivel együtt korrelációanalízis segítségével.

## 2.2. Az üzenet

A százmillió látogatottságú 9gag.com felületről a térségbeli posztkoloniális szakirodalom alapján a „slav”, az „eastern europe” és a „balkan” keresőszavak és azok variánsaira adott találatok lettek megszűrve és lekódolva. Összesen 1255 mémpéldány feldolgozása történt meg több dimenzió mentén, s ezek korrelációs vizsgálatára is sor

került (2. ábra). A három keresőszóra kiadott kategóriákat külön is vizsgáltam.

2. ábra – a nagymintás elemzés hibrid keretrendszere



A vizsgálat keretrendszerét Shifman (2014) content, form, stance felosztása inspirálta, ennek és a mémcsaládoknak a koncepciója (Nissenbaum et al. 2015) nyomán összetett vizsgálati dimenziók kialakítására került sor. A megjelenített sztereotípiák (Ibroscheva 2002, Goldsworthy 1998, Todorova 1997 kategóriái alapján), vizuálisan megjelenített – elvégre a vizuális kód sokkal jobban illik az újmédia nemlineáris befogadásához, mint a szöveges (Aczél, 2012) – karakterek, viselkedésformák, környezeti elemek mellett az aszimmetriára utaló textuális jelzések, a Milner-féle (2016) mémműfaj-tipológia és egy pragmatikai dimenzió is beépítésre került a posztoló vélelmezett beállítódásával és viszonyulásával kapcsolatban (komoly vagy ironikus, a megjelenített sztereotípiával egyetértő vagy tagadó), az egyes

dimenziók elemeit pedig induktív és deduktív módszerekkel határoztam meg, a kódkönyv és a későbbi ellenőrzés során társzkodoló bevonásával. Korrelációelemzéssel és az együttes előfordulások súlyozásával az összetartozó elemek mintázata is feltárult.

### **2.3. A befogadók**

A befogadói reakciók vizsgálata az egyes mém példányokra adott pontok (likeok) és hozzászólások száma alapján történt, hiszen, mint ahogy Milner (2016) megjegyzi, a pozitív/negatív szavazati rendszer egyenlege potenciálisan hozzájárulhat a „tömegek zsarnokságához”, lenyomva a népszerűtlen perspektívákat, tehát adott esetben kiszorítva a 9gag címlapjának számító, pontszámhoz kötött alapértelmezett főoldaláról, a „hot” kategóriából. A 47 ezer hozzászólás tartalmi elemzése technikai okokból nem volt lehetséges (a 9gag.comon csak néhány képernyőnyi komment látható egyszerre, kinyerésük és főleg feldolgozásuk meghaladta a lehetőségeket, utóbbi már csak azért is, mert a jelenlegi gépi intelligencia képtelen lenne felismerni például az iróniát, mint arra a Twitteren található korpuszt elemző Cassian Sparkes-Vian is rávilágított (2014). Ugyanakkor a magas hozzászólásszám diskurzusképző erőre engedett következtetni, így önmagában is információértékkel bír.

A befogadói reakciók mérésének emellett van egy ennél összetettebb felhasználási lehetősége is: az egyes tartalmi dimenziók változói kapcsán vizsgálhatóvá teszi, mely sztereotípiák, karakterek, egyéb elemek, különbözőségi nyelvi markerek, beállítódás, viszonyulás, stb. jellemzően mennyire kedveltek vagy megvitatottak a közösségen belül.

### III. Az értekezés tudományos eredményei

A háromirányú kutatás összesen öt kutatási kérdésre volt hivatott választ adni.

A sztereotípiák fajtái az egyes mémpéldányokon azonosíthatók (Q1), s az egyes kategóriák eltérései is olykor látványosak. A Slav és az Eastern Europe kategóriákra mindenesetre a „kemény” (csaknem minden harmadik mémpéldány erről szól) és a „divatjamúlt öltözék” (ami évtizeddel azelőtti nyugati divattól a népviseletig sokféle lehet), a Balkan kategóriában a „nagyevő”, és az „okosba” (azaz a szabályokat, hagyományos megoldásokat megkerülve megoldó) a leggyakoribb megjelenő sztereotípiák.

Míndez tükröződik az egyes vizuális és textuális elemeken is (Q2): karakterként a gopnikok (félgenszter) „babushkák”, azaz nagymamák, a szép nők, gengszterek, az Orange Jacket Guy mém s az országokat szimbolizáló un. Countryballok, gyakorlatként a Slavnál a „gopnik” (utcai félgenszter) jellemzően dohánytermékkel és szesszel látható, Adidasba öltözve, guggolva, a Balkán inkább a fogyasztásban jeleskedő, illetve gányolt munkát tartalmazó mémpéldányokat produkált: préselt falemezre szerelt konnektort, autót közepére plántált villanyoszlopot. Érdekes még, hogy a klasszikus memműfajok, mint az idézet, a rage comics vagy a demotiváló szinte teljesen hiányoznak a mintából (a képmakróra viszont ez nem volt igaz).

(Q3) A kutatás kérdőíves szakasza tanulságos volt: a többségük találkozott már internetes mémekkel, inkább igaznak tartják a rajtuk

megjelenített sztereotípiákat, mint sem, s viccesnek is tartják azokat; a „kínos vagy menő” hétfokozatú Likert skálán (4,68-4,86) is inkább a menő felé húzták mindhárom kategóriát („slav”, „balkan” „eastern europe”). A sztereotípiák tekintetében a legmagasabb egyetértést az alapvetően pozitívabb kicsengésű, valamint a dekadenciáról szólók (erős dohányzás, alkoholfogyasztás, erőteljes szexualitás) kapták, a negatívak jóval alacsonyabbat – s érdekes összefüggés volt, hogy akik jobban bevonódtak az internetes mémek világába, azok a pozitív és negatív sztereotípiákkal kevésbé, a dekadenciához kapcsolódó sztereotípiákkal viszont jobban tudtak azonosulni. A pozitívabb, a negatívabb és a dekadenciát megjelenítő sztereotípiák körében erős korreláció volt megfigyelhető – aki azt gondolta, hogy a kelet-európaiak, szlávok vagy balkániak vendégszeretőek, hajlamos volt családcentrikusoknak is látni őket, s ugyanez volt igaz pl. az agresszív, a bűnöző s a buta sztereotípiák esetében, ahogy az erős dohányos és a nagyivó sztereotípiáknál is. Külön érdekes volt az erősebb korreláció a gazdasági fejlettséghez is köthető sztereotípiák – szegény, rossz infrastruktúra, divatjamúlt öltözködés, rossz/tuningolt jármű, sőt: rossz angolnyelvismeret – és a lusta sztereotípiá között, azaz hajlamosak voltak mindezeket az egyéni felelősség körébe utalni a válaszadók.

Ami a befogadói reakciókat (Q4) illeti, meglehetősen kevert képet mutatott a 834 ezer like és 47 ezer komment megoszlása (e kettő viszont jelentős mértékben korrelált): az egyes sztereotípiák között a legtöbb pontot és hozzászólást is például a szegénység és a szép nők kapta (1272 és 1230 pont, 70,2 és 61,7 hozzászólás példányonként), a legkevesebbet a temperamentumos, a szőrös és a vallásos. A példányok számosságánál, illetve a kérdőíves kutatásnál népszerűnek bizonyult

sztereotípiák kedveltség tekintetében a középmezőnyben végeztek. Az egyes karakterek körében egyébként a kodifikált (tehát a vélhetően nyugati szerkesztésű Know Your Meme oldalon is megtalálható) karakterek, gyakorlatok terén a korrupció/autokrácia, környezet terén a természeti szépség és a szakadt panel; kifejeztemen sok kedvelést hozott bármilyen étel vagy ital fogyasztásának megjelenítése, nyelvi markerek terén a szembenállás vitte a prímet. Természetesen az egyes kategóriákban mindez ugyancsak differenciáltan jelent meg.

Végül külön kutatási kérdésként jelent meg a küldő általános viszonyulása a sztereotípiákhoz (egyenes/ironikus, egyetértő/tagadó, agonista/antagonista), saját, esetleges érintettségéhez és a Nyugathoz (Q5): itt kiderült, hogy a példányok háromnegyede inkább agonista (versengő), negyede inkább antagonista (ellenségeskedő), ahol a posztoló jelezte érintettségét, utóbbi aránya kisebb volt, humor a példányok 93,5 százalékán volt észlelhető, ötből négy példány viszonyulása alapvetően egyetértő a megjelenített sztereotípiával kapcsolatban (65,6 százalék egyetértő-egyenes, 14,1 százalék ironikusan tagadó), kisebb részük tagadó (itt az ironikus vezet, 17,1 százalékkal, az egyenesen tagadó alig 3,1). Az egyes kategóriákra szűrve látható, hogy a Balkannal szemben ellenségesebb, sztereotipizálóbbs volt az általános közeg mint a Slavval szemben, de mindenhol a példányok zöme agonista, és a sztereotípiákkal általában egyetértő volt.

Míndezeket összegezve bizonyítást nyert a sztereotípiák aktív és kimutatható szerepe az internetes mémek Európa keleti felével foglalkozó példányainál, valamint, hogy releváns a posztkolonialista megközelítés, a nyugati szemszögből indított önkritika jelenségével

együtt, és – tekintettel a kelet-európai „maszkokra” és szerepjátzásra, megalapozottnak tűnik a felvetett javaslat tétel az eastfacing és a hipster westernism fogalmakra.

#### **IV. Főbb hivatkozások**

ACZÉL P. (2012): Médiaretorika. Magyar Mercurius, Budapest

BABKOU, I. (2012): A modern/posztkoloniális a kelet-európai határvidéken. in: Szépirodalmi Figyelő (4)11 pp. 27-41

BAHTYIN, M. (1973): Francois Rabelais művészete – a középkor és a reneszánsz népi kultúrája. in: E. Fehér P. (szerk.) Korszerűség és hagyomány: Mai szovjet esszék. Európa, Budapest pp. 25-68

BAKIĆ-HAYDEN, M. (1995): Nesting Orientalisms: The Case of Former Yugoslavia. in: Slavic Review (4) 54. pp. 917-931

BHABHA, H. K. (1994): The location of culture. Routledge, London

BLACKMORE, S. (1999): The meme machine. Oxford University Press, Oxford

BURROUGHS, B. (2013): Obama Trolling: Memes, Salutes and an Agonistic Politics in the 2012 Presidential Election. The Fibreculture Journal, University of Iowa (2013/22) pp. 257-276

CSÁSZI L. (2002): A média rítusai. A kommunikáció neodurkheimi elmélete. Osiris Kiadó, Budapest

DAVISON, P. (2012): The Language of Internet Memes. New York University, New York

DAWKINS, R. ([1976] 2005): Az önző gén. Kossuth, Budapest



- DE CERTEAU, M. (2010): A cselekvés művészete. in: Kelemen P., Marsó P., Teller K. (szerk.). Kijárat Kiadó, Budapest
- DEBORD, G. (1967): The Society of the Spectacle. Zone Books, New York.
- DENISOVA, A. (2019): Internet Memes and Society: Social, Cultural, and Political Contexts. Routledge, London
- DENNETT, D. (1996): Darwin veszélyes ideája. Typotex, Budapest
- DRAKETT, J., RICKETT, B., DAY, K., MILNES, K. (2018): Old jokes, new media – Online sexism and constructions of gender in Internet memes. in: Feminism & Psychology, 28(1) pp. 109–127
- ESTEVEZ, V., MEIKLE, G. (2015): Look @ this fukken doge: Internet Memes and Remix Cultures. in: Atton, C. (szerk.) The Routledge Companion to Alternative and Community Media Abingdon and New York, Routledge pp. 561-570
- FANON, F. (1985): A föld rabjai. Gondolat Könyvkiadó, Budapest.
- FANON, F. (1986): Black skin, white masks. Pluto Press, London; Sydney
- GATHERER, D. (1998): Why the thought contagion metaphor is retarding the progress of memetics. in: Journal of Memetics 2(1) pp. 32–42
- GEE, J.P. (2010): New Digital Media and Learning as an Emerging Area and ‘Worked Examples’ as One Way Forward. MIT Press, Cambridge

GLÓZER R. (2015): Internetes paródiavideók és ifjúsági médiahasználat. in: Replika 26(1-2) pp. 117-139

GOLDSWORTHY, V. (1998): *Inventing Ruritania: The Imperialism of the Imagination*. New Haven and London: Yale University Press.

HABERMAS, J. (2006): *Political Communication in Media Society: Does Democracy Still Enjoy an Epistemic Dimension? The Impact of Normative Theory on Empirical Research*. in: *Communication Theory* 16 pp. 411-426

HAMMOND, A. (2007): *Typologies of the East: On Distinguishing Balkanism and Orientalism*. in: *Nineteenth-Century Contexts* 29 (2-3) pp. 201–218

IBROSCHEVA, E. (2002): *Is There Still an Evil Empire? The Role of the Mass Media in Depicting Stereotypes of Russians and Eastern Europeans..* *Global Media Journal* 1(1) online elérhető: <https://www.globalmediajournal.com/open-access/is-there-still-an-evil-empire-the-role-of-the-mass-media-in-depicting-stereotypes-of-russians-and-eastern-europeans.php?aid=35070>

JENKINS, H. (2006): *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York University Press, New York/London

JENKINS, H. (2009): *Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century*. MIT Press, Cambridge

KNOBEL, M, LANKSHEAR, C. (2005): „*Memes and affinities: Cultural replication and literacy education..*” online elérhető: [https://www.researchgate.net/publication/249902174\\_Memes\\_and\\_affin](https://www.researchgate.net/publication/249902174_Memes_and_affin)

ities\_Cultural\_replication\_and\_literacy\_education. "Annual Meeting of the National Reading Conference. 30 Nov. 2005, Miami. PDF

LEISER, A. (2019): Media, Citizens and Participatory Culture: Uses and Effects of Political Internet Memes. Ph.D. értekezés, Bremen. online elérés: <https://d-nb.info/1191363422/34>

MATAMOROS-FERNÁNDEZ, A. (2020): 'El Negro de WhatsApp' meme, digital blackface, and racism on social media. in: First Monday 25(1-6) online elérhető: <https://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/10420/8325>

MEMMI, A. (2003): The colonizer and the colonized. Earthscan Publications, London

MILNER, R. (2013a): Hacking the Social: Internet Memes, Identity Antagonism, and the Logic of *Lulz*. in: The Fibreculture Journal 156 (22) pp. 62-92

MILNER, R. (2013b): Media Lingua Franca: Fixity, Novelty, and Vernacular creativity in Internet Memes. in: AoIR Selected Papers of Internet Research, 3 online elérhető: <https://journals.uic.edu/ojs/index.php/spir/article/view/8725>

MILNER, R. (2016): The World Made Meme. MIT Press, Cambridge

MOORE, D. C. (2008): Vajon a poszt- a posztkoloniálisban ugyanaz, mint a posztszovjetben? in: Kétezer, (9)7

NAHON, K., HEMSLEY, J (2013): Going Viral. Polity Press, Malden

NISSENBAUM, E. S. A., STOLERO, N. SHIFMAN, L. (2015): Families and Networks of Internet Memes: The Relationship Between Cohesiveness, Uniqueness, and Quiddity Concreteness. in: Journal of Computer-Mediated Communication 20 (4) pp. 417–433

PHILLIPS, W. M. (2015): This Is Why We Can't Have Nice Things: Mapping the Relationship between Online Trolling and Mainstream Culture. London, Cambridge, Massachusetts

PYZIK, A (2014): Poor but Sexy: Cultural Clashes in Europe East and West. Zero Book Berlin

QUART, A. (2012): The Age of Hipster Sexism. in: The Cut online elérhető: <https://www.thecut.com/2012/10/age-of-hipster-sexism.html>

SAID, E. (2000): Orientalizmus. Európa könyvkiadó, Budapest

SAMMOND, N. (2015): Birth of an Industry: Blackface Minstrelsy and the Rise of American Animation. Duke University Press, Durham

SHIFMAN, L. (2014): Memes in digital culture. MIT Press, Cambridge

SHIFMAN, L., VARSANO, H. M. (2007): The clean, the dirty and the ugly: A critical analysis of 'clean joke' Web Sites. in: First Monday [Online], 12(2). online elérhető: <https://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/1621/1536>

SPARKES-VIAN, C. (2014): The Evolution of Propaganda - Investigating Online Electioneering in the UK General Election of 2010.. Ph.D. értekezés, Montfort University online elérhető: [https://www.academia.edu/25811371/The\\_Evolution\\_of\\_Propaganda\\_In\\_vestigating\\_Online\\_Electioneering\\_in\\_the\\_UK\\_General\\_Election\\_of\\_2](https://www.academia.edu/25811371/The_Evolution_of_Propaganda_In_vestigating_Online_Electioneering_in_the_UK_General_Election_of_2)

SPERBER, D. (1996): Explaining Culture: A Naturalistic Approach. Blackwell, Cambridge

TODOROVA, M. (1997): Imagining the Balkans. Oxford University Press, New York, Oxford

WILLIAMS, A., OLIVER, C., AUMER, K., MEYERS, C. (2016): Racial microaggressions and perceptions of Internet memes. in: Computers in Human Behavior 63 pp. 424–432

WOLFF, L. (1994): Inventing Eastern Europe. Stanford University Press Stanford, California

YOUNG, I. M. (2011): Az elnyomás öt arca. in: Csillag M., Dombos T., Domokos L., Géring Zs., Horváth A., Rövid M. (szerk.): Perspektívák egy tágra zárt társadalomban: konferencia kiadvány Társadalomelméleti Kollégium, Budapest pp. 11-32

ZERUBAVEL, E. (2018): Taken for Granted: The Remarkable Power of the Unremarkable. Princeton University Press

ŽIŽEK, SLAVOJ (2003): Mi a valódi veszély?. in: Magyar Narancs online elérhető link: [https://magyarnarancs.hu/publicisztika/Slavoj\\_Zizsek\\_mi\\_a\\_valodi\\_veszely-53814](https://magyarnarancs.hu/publicisztika/Slavoj_Zizsek_mi_a_valodi_veszely-53814)

ZÓLYA ANDREA CSILLA (2007): Médiumok, mémek, paródia. in: Botházi M. (szerk.) A médiakutatás módszertani követelményei: média szakos doktori hallgatók konferenciája Medea Egyesület-Művelődés Kolozsvár pp. 37-48.

## **V. A témakörrel kapcsolatos saját publikációk jegyzéke**

Veczán Zoltán (2016): Az internetes mémek és a retorika. in: In: Keresztes, Gábor (szerk.) Tavaszi Szél 2016 Konferencia = Spring Wind 2016: Konferenciakötet II. Budapest, Doktoranduszok Országos Szövetsége (DOSZ) (2016) 584 p. pp. 217-228., 12 p.

Veczán Zoltán (2021): Gretakör. in: Filológia. (megjelenés: 2021/3).

Veczán Zoltán (2022): Depiction of Balkans on Internet Memes. in: KOME (várható megjelenés: 2022/1)