

Univerzita Hradec Králové

Pedagogická fakulta

Katedra výtvarné kultury a textilní tvorby

Meme jako prostředek umění

Diplomová práce

Autor: Bc. Mária Černá
Studijní program: N7504/ učitelství pro střední školy
Studijní obor: Učitelství pro střední školy - dějepis
Učitelství pro střední školy - výtvarná výchova
Vedoucí práce: Mgr. et Mgr. Klára Zářecká, Ph.D.

Hradec Králové

2017



Zadání diplomové práce

Autor: Mária Černá
Studium: P14P0939
Studijní program: N7504 Učitelství pro střední školy
Studijní obor: Učitelství pro střední školy - dějepis, Učitelství pro střední školy - výtvarná výchova

Název diplomové práce: Meme jako prostředek umění

Název diplomové práce Meme as a Medium of Art
AJ:

Cíl, metody, literatura, předpoklady:

V rámci teoretické části diplomové práce je představen nový kulturní fenomén "Meme", cíleně především jeho kreslená forma. Ve vlastním textu nechybí základní charakteristika pojmu Meme, popis jeho původu a historie a přehledné zmapování různorodosti forem jeho využití od zábavy přes reklamu po propagaci. Nezbytnou pozornost práce věnuje nejen otázce šíření a rostoucí oblíbenosti tohoto fenoménu, ale zároveň nechybí prezentace Meme jako nového druhu umění, posouzení jeho uměleckého významu a estetické hodnoty. Praktická část diplomové práce má podobu výtvarnědidaktického projektu, jehož cílem je pojem Meme využít jako motivační zdroj ve výuce výtvarné výchovy na střední škole v rovině teoretické i výtvarně praktické.

BAUCHAGE, Christian. Insights into Internet Memes. Bonn: IAIS, Německo, 2011. BUCHEL, Branislav. Internet Memes as Means of Communication: diplomová práce. Brno, MU Fakulta sociálních studií, 2012. DANUNG, J., Holloway Attaway L. All Your Media Are Belong To Us: An Analysis of the Cultural Connotations of the Internet Meme. In: Literature, Culture and Digital Media, 17. duben, 2008. KRATOCHVÍLOVÁ, Jana. Teorie a praxe projektové výuky. Brno: Masarykova Univerzita, 26. ISBN 80-210-4142-0. NOVOTNÝ, Jan. Projektová výuka a aspekty tvořivosti v edukačním procesu. Ústí nad Labem: Univerzita J. E. Purkyně, 212. ISBN 978-80-7414-431-8. TRNOVÁ, Eva. Základy kvalitní projektové výuky. Brno: Lipka, 2012. ISBN 978-80-87604-18-2.

Garantující pracoviště: Katedra výtvarné kultury a textilní tvorby,
Pedagogická fakulta

Vedoucí práce: Mgr. et Mgr. Klára Zářecká, Ph.D.

Oponent: MgA. Tomáš Moravec

Datum zadání závěrečné práce: 18.12.2014

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem tuto diplomovou práci vypracovala pod vedením vedoucí diplomové práce samostatně a uvedla jsem všechny použité prameny a literaturu.

V Hradci Králové dne

.....

Poděkování

Ráda bych touto cestou poděkovala své vedoucí práce Mgr. et Mgr. Kláře Zářecké, Ph.D. za odbornou pomoc, podnětné rady a čas, který mi věnovala. Dále chci poděkovat studentům 5. B Gymnázia Pardubice za zajímavou spolupráci na výtvarném projektu. A můj dík patří také PhDr. Haně Řehákové, ředitelce Východočeské galerie v Pardubicích, za možnost vykonat praktickou část v prostorách Tvůrčího ateliéru v galerii.

Anotace

ČERNÁ, Mária. *Meme jako prostředek umění*. Hradec Králové: Pedagogická fakulta Univerzity Hradec Králové, 2017. 93 s. Diplomová práce.

Diplomová práce se zaměřuje na nový kulturní fenomén s názvem mem. V rámci teoretické části jsou memy obecně charakterizovány, je popsán jejich původ, historie memetiky a jsou klasifikovány. Práce se více zaměřuje na internetové memy, jejich vznik, šíření a úspěšnost. Podrobněji jsou popsány internetové obrázkové memy a jejich druhy – fotografické a grafické formy. Pozornost je věnována také otázce šíření a rostoucí popularity tohoto fenoménu a nechybí ani charakteristika způsobů jeho využití. Závěr teoretické části se týká prezentace memů jako umění nových médií, nové estetiky a internetové estetiky. Praktická část má podobu výtvarně didaktického projektu, jehož cílem je použít pojem mem jako motivační zdroj ve výuce výtvarné výchovy na střední škole v rovině teoretické i praktické. Projekt seznamuje studenty s memy a s propagační grafikou, kdy v rámci tvorby nového memu a jeho šíření si vyzkouší techniku sítotisku.

Klíčová slova: mem, memetika, nová média, nová estetika, výtvarně didaktický projekt

Annotation

ČERNÁ, Mária. *Meme as a Medium of Art*. Hradec Králové: Faculty of Education, University of Hradec Králové, 2017. 93 pp. Diploma Dissertation.

This diploma thesis focuses on new cultural phenomena called meme. In the theoretical part memes are characterized in general, there is description of its origin, description of development of memetics and memes are also classified. Furthermore, the thesis is focused on internet memes, its creation, spreading and success. In detail are described image memes on the internet and its types – the photographic and graphic ones. Attention is also paid to spreading of those images on the internet and growing popularity of this phenomena. The characteristic of variations of using is also included. The end of the theoretical part is about presentation of the meme as a medium of new media art, about new aesthetics and so called internet aesthetics. The practical part of the thesis takes the form of art didactical project. The purpose of the project is to use memes as a source of motivation during Art classes in high school. The project introduces students with meme theory and promotional graphics. The product of the practical part is new meme made by students and try to spread it as a product using serigraphy.

Key words: meme, memetics, new media, new aesthetics, art didactical project

Obsah

Úvod	9
Teoretická část.....	11
1 Mem.....	11
1.1 Pojem mem a jeho definice.....	11
1.2 Problematika pojmu mem.....	13
1.3 Druhy memů	14
1.4 Šíření memů.....	15
1.5 Využití principu mem	17
2 Internetové memy	21
2.1 Vznik internetového memu.....	23
2.2 Druhy internetových memů	26
2.2.1 Foto výstřelky.....	26
2.2.2 Textové a jazykové memy.....	28
2.2.3 Obrázkové memy.....	29
2.2.4 Videomemy	29
3 Obrázkové memy.....	32
3.1 Rozdělení obrázkových memů podle způsobu modifikace	32
3.2 Rozdělení obrázkových memů podle výtvarné techniky.....	34
3.2.1 Fotografické memy.....	34
3.2.2 Grafické memy	40
3.3 Využití obrázkových memů.....	46
4 Mem jako prostředek umění.....	51
4.1 Umění nových médií.....	51
4.2 Nová estetika.....	52
4.3 Estetika memů.....	53
4.3.1 Internetová ošklivost	54

4.3.2	Úspěšnost ošklivých obrázkových memů.....	55
4.3.3	Oslava internetové ošklivosti.....	56
	Praktická část.....	58
5	Didaktický projekt.....	58
5.1	Vývoj projektové výuky.....	59
5.2	Znaky a přínosy didaktického projektu.....	60
5.3	Výtvarný projekt #můjmem.....	61
5.3.1	Kontext a didaktické uchopení projektu #můjmem.....	63
5.3.2	Analýza edukačního programu.....	63
5.3.3	Realizace a alterace projektu.....	73
	Závěr.....	76
	Seznam použité literatury.....	77
	Seznam dalších pramenů.....	78
	Seznam elektronických zdrojů.....	79
	Seznam obrázků a fotografií – zdroje.....	84
	Přílohy.....	87

Úvod

Inspirací pro vznik této práce byl můj vlastní zájem o internetové memy. Zaujaly mě na internetu díky své variabilitě a využitelnosti jednak v rámci zábavy, ale také komunikace. Postupně jsem pronikala do této problematiky a začala jsem se orientovat v jednotlivých memech a jejich druzích. Mou pozornost získaly především obrázkové memy, jejich používání na internetu a nacházení nových kontextů, do kterých byly zapojovány. V teoretické části charakterizuji memy obecně a popisuji vznik a vývoj nejen samotného pojmu, ale také memetiky – vědy, která vznikla na základě koncepce memů. Uvědomuji si, o jak obsáhlý pojem se jedná a že zasahuje do více oborů, nicméně jsem se rozhodla zaměřit se právě na memy šířící se pomocí internetu.

Internet jako nové médium je komplexem většiny dalších médií a nabízí uživatelům jednoduchou a rychlou možnost, jak šířit informace. Dává tak velké možnosti memům a jejich šíření. Ale je důležité si uvědomit, co všechno na internetu memem je a co už není. Proto v práci tento rozdíl popisuji a na příkladech konkrétních internetových memů uvádím různé varianty, na které uživatel může narazit.

Nejvíce se zaměřuji na vizuální internetové memy, především obrázkové. Osobně mě zajímalo, co všechno ovlivňuje proces vzniku memu a co rozhoduje o jeho úspěšnosti či zapomenutí. Proto se v teoretické části věnuji okolnostem, které stojí za vznikem některých memů, a popisuji jejich „zákulisní“ příběh. Sleduji vznik nových memů, jejich šíření, úspěšnost a variabilitu replikací. Zaměřuji se i na způsoby využití tohoto nového fenoménu v různých oblastech – od komunikace, přes zábavu až po propagaci a komerci.

V souvislosti s úspěšností některých memů jsem se zabývala i jejich vzhledem. Kladla jsem si otázku, proč jsou některé memy tolik používané a oblíbené, když vzhledově nepůsobí nijak přitažlivě. Proto se v závěru teoretické práce věnuji estetice memů v kontextu umění nových médií. Popisuji nové trendy, jako je nová estetika nebo internetová ošklivost, a aplikuji tyto pojmy na estetiku obrázkových memů.

V praktické části propojuji informace o memech s výtvarnými činnostmi v rámci výtvarného didaktického projektu, který je realizován se studenty střední školy. Projekt využívá internetové memy jako zdroj motivace pro studenty a nabízí jim možnost výtvarné práce za použití nových médií. Projekt se zaměřuje na studenty středních škol, tedy na věk, kdy může výtvarná tvorba a zájem o umění u dospívajících upadat. Cílem

praktické části je překlenutí tohoto problematického období ve vývoji výtvarné tvorby studentů tím, že jim nabídne nové výtvarné prostředky, nové techniky a tématem se stane prostředí internetu, které je studentům velmi blízké.

Teoretická část

1 Mem

Mem, nový fenomén, který ovlivňuje většinu lidí a který je používán globálně, aniž by lidé znali samotný pojem „mem“ nebo jeho charakteristiku. Jedná se o jev, který nás obklopuje a má vliv na naši náladu, jednání nebo i rozhodování. Pro šíření a existenci memů mají velký význam především lidé a kultura.

1.1 Pojem mem a jeho definice

Vysvětlení původu slova „mem“ (anglicky meme) je několik. Jedná se o slovo odvozené od anglického *memory* (paměť) nebo francouzského *même* (stejný, téhož druhu).

Pojem mem poprvé použil britský biolog, zoolog a etolog Richard Dawkins (1941) ve své knize *Sobecký gen* (v originálu *The Selfish Gene*, 1976), který zde definuje mem jako základní prvek kultury replikující se negenetickou cestou. Slovo „meme“ vzniklo zkrácením řeckého *mimem* (napodobovat), aby znělo podobně jako slovo „gen“, čímž Dawkins poukazuje na analogii memů a genů.¹ Podle Richarda Dawkinse jsou memem například: „...*písně, nápady, chytlavé fráze, móda v odívání, způsob výroby hrnců nebo stavby oblouků. Stejně jako se geny rozmnožují v genofondu přesakováním z těla do těla za pomoci spermií nebo vajíček, tak se memy rozmnožují v memofondu (meme pool) přesakováním z mozku do mozku procesem, který můžeme v širším smyslu nazvat napodobováním.*“² Na základě Dawkinsonovy knihy se rozvinula v 80. letech 20. století vědní disciplína označovaná jako „memetika“.

Na Dawkinse navázala britská spisovatelka Susan Blackmoreová (1951) knihou „*Teorie memů: kultura a její evoluce*“ (v originálu *The meme machine*, 1999). „*Zamyslete se nad popěvkem „Happy Birthday to You“.* *Milióny lidí – na celém světě možná dokonce*

¹ DAWKINS, Richard. *Sobecký gen*. Mladá fronta. Praha 2003. S. 174 – 175. ISBN: 80-204-0730-8.

² Tamtéž, s. 175.

miliardy – znají její nápěv. Dokonce mi stačí napsat první verš, a věřím, že až k němu při čtení dospějete, začnete si popěvek v duchu pobrukovat. Ta slova vás ovlivnila, pravděpodobně nezávisle na vašich záměrech, protože se spojila s čímśi, co se již dříve uložilo do vaší paměti. A jak se do vaší paměti popěvek dostal? Podobně jako miliony jiných lidí jste se jej i vy naučili imitací. Così, jakási informace nebo příkaz, se uhnízdilo v našich mozcích, takže nyní na oslavách narozenin zpíváme stejnou píseň. A právě ono cosi nazýváme mem.³

Postupně se pojem mem rozšiřoval a ovlivnil široké spektrum oborů, byl používán v různých kontextech a proměňoval se také jeho význam. Například Daniel C. Dennett, americký filozof, tvrdí, že lidská mysl je složena z memů a srovnává mysl s programováním počítače. David L. Hull, zabývající se filozofií biologie, k definici memu jako replikátoru přidává význam jeho interakce v evoluci přirozeným i umělým výběrem a popisuje memy jako viry mysli.⁴ Podle Davida Bennahuma, autora internetového bulletinu s názvem MEME, je mem nakažlivá myšlenka šířící se jako virus z mysli na mysl. Memy podle něj fungují stejně jako geny, rozšiřují se pomocí sociálních a komunikačních sítí nebo přímou interakcí mezi lidmi.⁵ Principia Cybernetica Web definuje mem jako informační vzorec uložený v paměti jedince, který je schopen se replikovat do paměti někoho jiného. Memetiku potom popisuje jako teoretickou a empirickou vědu, která se zabývá replikací, šířením a vývojem memů.⁶

V současnosti je slovo „mem“ používáno natolik, že je zařazeno do Oxfordského slovníku, kde stojí následující definice:

„Mem (orig. „meme“). Základní prvek kultury, o němž lze tvrdit, že je dědičný negenetickou cestou, zvl. imitací.“⁷

Po téměř čtyřiceti letech používání výrazu „mem“ získal tento pojem více významů a jeho definice je tak velmi široká. „Mem“ je proto nejednoznačně vymezenou jednotkou. Není

³ BLACKMOREOVÁ, Susan. *Teorie memů: Kultura a její evoluce*. Portál, 2001. S. 29 – 30. ISBN: 80-7178-394-3.

⁴ A Brief Overview and History of Memetics. *Journal of Memetics*. [online]. 12. 11. 1996 [cit. 2016-10-24]. Dostupné z: <http://cfpm.org/jom-emit/overview.html#23>

⁵ MEME. *MEME*. [online]. 12. 11. 1996 [cit. 2016-10-27]. Dostupné z: <http://memex.org/meme.html>

⁶ Memetics. *Principia Cybernetica Web*. [online]. 12. 11. 1996 [cit. 2016-10-27]. Dostupné z: <http://pespmc1.vub.ac.be/memes.html>

⁷ BLACKMOREOVÁ, Susan. *Teorie memů: Kultura a její evoluce*. Portál, 2001. S. 29. . ISBN: 80-7178-394-3.

pouze výrazem pro konkrétní sdělení či informaci, memem mohou být i různé vzory a struktury – od typu fontu písma až po určitý životní styl.

Definice memu se může lišit u jednotlivých autorů a podle druhu oboru, ve kterém je pojem používán. Nicméně všichni se shodují na tom, že mem je replikující se prvek kultury, který je schopen se šířit negeneticky a rychle, jako vir.

1.2 Problematika pojmu mem

Memetika naráží už při definici pojmu mem na jeden ze svých nejzásadnějších problémů – pojem mem je příliš neurčitý a nejasný. Pokud budeme aplikovat obecnou charakteristiku memů jako všeho, co se šíří jakýmkoli negenetickým způsobem, můžeme nacházet memy všude. Představa memu jako všech myšlenek, idejí, představ a obsahů vědomí je ale mylná. Vymezení hranice, co jsou memy a co už ne, je složité, ale tato hranice existuje.

Základ pro oddělení memů od ostatního položil už Dawkins svou definicí memu jako informace předávající se imitací. Pod imitaci patří veškeré napodobování myšlenek a chování. Důležité je odlišit imitaci, pomocí níž se memy šíří od instinktivní imitace, neboli napodobování a šíření nálad jako kýčání či smích, a od sociálního učení, díky kterému si jedinec dokáže danou informaci sám osvojit. Dobrým příkladem shrnujícím rozdíl dvou výše zmíněných je učení se jízdě na kole, který popisuje Blackmoreová: *„Možná si myslíte, že jste svou dceru naučili jezdit na kole, ale ve skutečnosti jste nejspíš jen koupili kolo, dodali jí odvahu a předvedli jí, jak na to – zbytek se naučila pokusem a omylem. Jízda na kole není příliš memetická, snad až na myšlenku vůbec si kolo pořídit. Mnohé z toho, čemu se učíme, se učíme pouze pro sebe a nemůžeme předat dál.“*⁸

Běžně si těžko uvědomujeme, co jsme získali pomocí imitace a co je naučené jiným způsobem. Britská psycholožka Nicky Heyesová vidí imitaci jako učení se nějakému chování prostřednictvím pozorování ostatních a sociální učení popisuje jako učení se o prostředí prostřednictvím pozorování ostatních.⁹ Hlavním rozdílem mezi

⁸ BLACKMOREOVÁ, Susan. *Teorie memů: Kultura a její evoluce*. Portál, 2001. S. 70. ISBN: 80-7178-394-3.

⁹ HAVES, Nicky. *Základy sociální psychologie*. Vyd. 5. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-639-1.

imitací a sociálnímu učení je to, čemu se učíme – buď jde o učení se chování, nebo o učení se o prostředí. Oba způsoby se shodují ve způsobu učení, totiž prostřednictvím pozorování ostatních.

1.3 Druhy memů

Dokážeme-li rozlišit, co je a co není mem, uvědomíme si, že jsou mezi memy rozdíly a že pouhé označení „mem“ není dostatečné. Odlišnostmi memů se zabývá Elan Moritz, který je rozdělil do následujících kategorií:

1. Jazykové memy (L-memy) – založené na jazykové interakci
2. Vizuální memy (V-memy) – založené na dvojrozměrné nebo trojrozměrné prezentaci
3. Hudební memy (M-memy) – založené na sluchovém vnímání
4. Procedurální/behaviorální memy (B-memy) – komplexní kulturní jednotky

L-memy jsou podle Moritze nejdostupnější a jsou vždy propojeny buď s V-memy, v případě psaných textů, nebo s M-memy, a to v podobě mluveného slova.

Další skupinou memů jsou Složené (C-memy), ve kterých se spojují všechny čtyři výše zmíněné. Příkladem složeného memu je například muzikál – texty písní a hudba jsou jazykové a hudební memy, kulisy a choreografie vizuální memy a procedurálními memy jsou v tomto případě například kostýmy herců.¹⁰

S rozvojem technologie a komunikačních možností se rozvíjí i druhy memů. V současnosti nejvýznamnější jsou memy šířící se pomocí internetu, které označujeme jako „internetové memy“. Do této skupiny memů spadají stejné, již zmiňované kategorie, nejde tedy o něco nového v oblasti obsahu memu. Přesto je pojem „internetový mem“ velmi silný a obsáhlý. Proto se memy kolující na internetových sítích dále dělí, například podle obsahu (více v kapitole 2.2 Druhy internetových memů).

¹⁰ MORITZ, Elan. MetaSystem Transitions, Memes, and Cybernetic Immortality. *Principia Cybernetica*[online]. 1993 [cit. 2016-11-13]. Dostupné z: ftp://ftp.vub.ac.be/pub/projects/Principia_Cybernetica/WF-issue/Moritz.txt

1.4 Šíření memů

Obecně tedy pod pojem mem patří informace nebo myšlenka, která je schopná přenosu. Přenos informace by se dal připodobnit k přenosu genetickému. Při genetickém přenosu jsou replikátory geny šířící se z generace na generaci a způsob šíření genů se dá označit jako vertikální. Jiným druhem replikátorů je například kultura obsahující informace.¹¹ Šíření probíhá přenosem informací z mozku do mozku procesem napodobování, tedy horizontálně v rámci generace. K rozmnožení myšlenky dochází při jejím uchycení někým druhým a jeho následným používáním memu.¹² Příkladem memu mohou být nápady a myšlenky, jako například fyzikální zákony Isaaca Newtona. Přenos tohoto druhu memu vystihuje situace, kdy odborník předá zajímavou informaci kolegům nebo studentům. Dále jsou častými memy fráze, písně nebo melodie, ale také móda. Příkladem memů jsou i komplexnější politické systémy nebo náboženství, často označované jako memplex.

Memy se sice replikují, ale úspěšnost replikace může být různá. Stejně jako u genů dochází i u memů k mutování a mísení. Zajímavý rozdíl mezi geny a memy je ve významu jejich trvání. Memy i geny jsou nesmrtelné a přetrvávají i stovky let. Ale soubor genů jednotlivce se při předávání dělí na polovinu, po několika generacích je tento soubor od prapředka už odlišný. Geny jsou sice nesmrtelné, ale předávaný genofond je rozdroben. Tak tomu nemusí být u memů, které mohou být předávány bez zásadnějších změn. Například v současnosti mohou být na světě přítomny jeden nebo více genů Sokrata, které ale nemají velký vliv, na rozdíl od souboru jeho memů přežívajícího v plné podobě dodnes.¹³ Podle Dawkinse je základem úspěšného replikátoru věrné kopírování, plodnost a dlouhověkost. Jinak řečeno, kopírovaný mem musí být co nejpodobnější a musí vzniknout velký počet kopií, které jsou schopné zaujmout svým obsahem, tudíž přetrvat dlouho.

Způsobu šíření informací se věnuje i Blackmoreová. Tvrdí, že jednou z funkcí jazyka je šířit memy, protože je dobře zapamatovatelný. Místo pamatování si motoriky při tanci, pamatujeme si lépe „krok-sun-krok“. Stejně tak se spíše než dlouhá řada tónů uchytí

¹¹ DAWKINS, Richard. *Sobecký gen*. Mladá fronta. Praha, 2003. S. 174. ISBN: 80-204-0730-8.

¹² Tamtéž, s. 175.

¹³ Tamtéž, s. 181.

v paměti řada slov.¹⁴ Blackmoreová popisuje v souvislosti s jazykem i propojení genů a memů a jejich koevoluci. Pomocí imitace zvuků vznikl mluvený jazyk z nejúspěšnějších replikátorů, tedy z nejvíce a nejpřesněji opakovaných hlásek. Kvůli vývoji jazyka bylo potřeba, aby se vyvinul dokonalejší mozek, schopnější uchovat a šířit memy. Zdokonalování mozku (geneticky) a jazyka (memeticky) je tedy podle Blackmoreové propojené a jak jazyk, tak i vyvinutý mozek podle ní slouží právě k šíření memů.¹⁵

Replikace memů se s rozvojem techniky stávala přesnější. Od jazyka, přes písmo až ke kopírovací technice jako gramofonové desky, magnetofonové pásky, CD a DVD nebo datadisky, umožňuje vše dokonalejší a rychlejší replikaci memů. Navíc tato technika zvyšuje i životnost memů. Velký rozvoj v šíření memů nastal od vzniku informační sítě World Wide Web, tedy internetu. Právě internet nabízí velké množství memů všech možných druhů a jakéhokoliv původu. Možností šíření memů na internetu je celá řada - blog, e-mail, sociální síť, chat nebo webová stránka, ale na začátku jejich šíření stojí vždy člověk - uživatel internetu. „*Memy v sobě nesou něco, co člověka nutí, aby jim věnoval svou pozornost a kopíroval je. Memetici vysvětlují tuto skutečnost tak, že memy disponují například určitými návnadami (baits), hrozbami (threats) a háčky (hooks), které mohou nabádat jedince k následování. Následuje proces přijetí („adoption“) memu jedincem.*“¹⁶

Aaron Lynch (1957–2005), americký spisovatel věnující se memetice, se zaměřil vedle způsobu přenosu memů i na jejich taktiku a strategii. Rozlišuje šest základních přístupů memů k přenosu:

1. Rodičovský přenos – základní a logický způsob přenosu memů díky vlivu rodičů na dítě, kdy se šíří celé memplexy.
2. Horizontální přenos z jednoho „hostitele“ memu na další jeho vrstevníky, z nichž se stávají noví „stoupenci“ memu.
3. Režim uchování - spíše než o způsob šíření se jedná o strategii, jak se udržet a být zachován v lidské mysli. Člověk už jednající pod vlivem daného memu se snaží zachovat stav, který je dán memeticky a který je pro nositele memu určitým

¹⁴ BLACKMOREOVÁ, Susan. *Teorie memů: Kultura a její evoluce*. Portál, 2001. S. 126. ISBN: 80-7178-394-3.

¹⁵ Tamtéž, s. 134.

¹⁶ BUCHTOVÁ, Barbora. *Mapování internetových memů v prostředí blogosféry a sociálních sítí*. Brno, 2011. S. 24.

způsobem výhodný. Příkladem může být životní filozofie, jako třeba pozitivní myšlení, které slibuje lepší řešení problémů.

4. Odporovací přístup - jeden z nejvíce nepřátelských strategií šíření memů. Jde o způsob zajištění životnosti memu na úkor jiného. Nejvíce je tento přístup využíván u náboženských nebo politických memplexů, které nutí „hostitele“, aby nepřijímal jiné memplexy v té samé oblasti.
5. Kognitivní přístup – způsob šíření memů, které jsou vnímány jako logické a dobře obhajitelné.
6. Motivační strategie – memy vyvolají v „hostiteli“ víru, že jejich zachování v memofondu je prospěšné nebo mu zajistí výhody. Opět může být příkladem náboženství, kdy víra v Boha motivuje člověka k danému jednání zaručujícím mu posmrtný život v nebi.¹⁷

Aaron Lynch se ve svém rozdělení zaměřuje nejen na samotný přenos, ale také na další působení memu. Už Dawkins popsal, že úspěšný mem musí být schopen se uchytit. V momentě, kdy vznikají nové a nové memy, které se replikují, šíří, narůstá počet memů, které nás ovlivňují. Protože je lidský mozek schopný soustředit se pouze na pár věcí a uchovat v paměti omezený počet informací, dochází k určité soutěži memů mezi sebou. Stejně jako u genů, kdy se replikují ty dominantnější, mezi memy také převládají ty schopnější se udržet a ovládnout pozornost, což činí na úkor jiných, slabších memů. Postupně tak vzniká vzájemně přizpůsobený komplex memů, který se vyvinul stejně, jako komplex genů.¹⁸ Vracíme se zase k tomu, že životnost memů závisí na tom, zda jsou schopny se šířit dál pomocí kultury, která je ale proměnlivá.

1.5 Využití principu mem

Různé druhy komunikace mohou mít rozdílný stupeň efektivity nebo zapamatovatelnosti. Běžný rozhovor, jaký vedeme každodenně například v práci nebo při obědě, může být zapomenut už na konci toho samého dne. Novinový článek nebo zajímavý rozhovor se může uchytit v paměti o několik dní déle. Nicméně ani naše

¹⁷ LYNCH, Aaron. *Thought Contagion: How Belief Spreads through Society* [online]. New York: Basic Books, 1996 [cit. 2016-11-14]. ISBN 0-465-08467-2. Dostupné z: http://www.radiantlunatic.com/wp-content/uploads/2013/10/Lynch-1996_Thought_Contagion-How_belief_spreads_through_society.pdf.

¹⁸ DAWKINS, Richard. *Sobecký gen*. Mladá fronta. Praha, 2003. S. 180. ISBN: 80-204-0730-8.

konverzace při obědě, ani zhlédnutá reportáž nemá tak velkou schopnost zůstat v naší paměti jako reklamní melodie McDonald's. K tomu nestačí pouze přenos daného memu, ale význam na jeho replikaci má především jednoduchost, chytlavost a jeho opakování myšlenky, ať už ve formě melodie, citátu nebo obrázku. A do myšlenky, která tyto vlastnosti má a dokáže se rychle replikovat, se vyplatí investovat. Dokáže-li se totiž taková myšlenka nebo informace vštípit do lidského vědomí, dokáže ovlivnit i chování.

Výše zmíněného principu využívá především reklama. Nejlepší způsob k získání zákazníků nakupujících nabízený produkt nebo využívajících dané služby je rozšířit myšlenku - mem, v rámci které budoucí zákazníci jednají a která se dokáže vštípit natolik, že nakupování daného výrobku se stane automatickou činností.¹⁹ K šíření myšlenky využívají firmy právě videomemy, krátké a zábavné spoty nenápadně posilující značku, které si lidé na internetu posílají mezi sebou. Vtipné video nahradí reklamu, za jejíž vysílání by firma zaplatila daleko větší částku. U tohoto nového typu reklamy není na první pohled poznat, že jde o kampaň a logo firmy se objeví jen v závěru.²⁰

Reklama využívající principu memů může přijít s novým nápadem na mem, natočit krátký zajímavý spot, který se stane oblíbený, sdílený a tím pádem úspěšný. Další možností je využít stávající mem, aktualizovat jej nebo ho upravit pro potřeby firmy. Příkladem takové kampaně může být reklama firmy T-Mobile z roku 2011 s názvem The T-Mobile Royal Wedding.²¹ Video ukazuje nástup (v té době nadcházející) svatby prince Williama a Kate Middleton, kde herci podobní členům královské rodiny tančí na písničku „House of Love“ skupiny East 17.²² Reklama byla inspirována videomemem z roku 2009, který se nazývá „JK Wedding Entrance Dance“.²³ Jedná se o svatební nástup Jill Petersonové a Kevina Heinze, kteří k oltáři přitancí se slunečními brýlemi na písničku „Forever“ od Chrise Browna. Video bylo nahráno 19. července 2009 na YouTube a během prvních 48 hodin mělo více než 3,5 milionu zhlédnutí.²⁴ Video se začalo šířit

¹⁹ DOWNES, Stephen. Hacking Memes. *First Monday* [online]. 1999, 4(10), 15 [cit. 2016-10-27]. Dostupné z: <http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/rt/printerFriendly/694/604>.

²⁰ Virální videa se šíří jako virus – lidé je milují, firmy vydělávají. *Česká televize*. [online]. 29. 4. 2012 [cit. 2016-10-28]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/media/1175448-viralni-videa-se-siri-jako-virus-lide-je-miluji-firmy-vydelavaji>.

²¹ Video reklamy dostupné na YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=Kav0FEhtLug>.

²² 'Royal wedding' dance video goes viral. *CNN*. [online]. 19. 4. 2011 [cit. 2016-11-07]. Dostupné z: <http://edition.cnn.com/2011/TECH/web/04/18/royal.wedding.tmobile/>.

²³ Video „JK Wedding Entrance Dance“ dostupné na YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=4-94JhLEiN0>.

²⁴ JK Wedding Entrance Dance. *Wikipedia: the free encyclopedia*. [online]. 2001- [cit. 2016-11-07]. Dostupné z: https://en.wikipedia.org/wiki/JK_Wedding_Entrance_Dance.

internetem jako vir a stalo se jedním ze tří neúspěšnějších příspěvků na YouTube.com v roce 2009. Výsledkem šíření videa bylo například i to, že písnička „Forever“ z roku 2008, kterou pár při nástupu použil, se na konci července 2009 stala 3. nejprodávanější na serveru Amazon.com a na iTunes skončila čtvrtá.²⁵ V současné době – v listopadu 2016, má video přes 93,7 milionu zhlédnutí.²⁶



Obrázek 1: Fotografie ze svatebního nástupu Jill Petersonové a Kevina Heinze.

Firma T-Mobile tedy vsadila na něco známého, oblíbeného a dokonce i dříve napodobovaného (parodie svatebního nástupu se objevily v americkém seriálu *The Office* nebo *United States of Tara*²⁷) a vytvořila vlastní verzi úspěšného videomemu spojeného s aktuálním tématem, královskou svatbou. Ve spotu není ani patrné, že se jedná o reklamu, navíc působí, že je natáčen na kameru jedním ze svatebních hostů. Jediné, co spojuje video a firmu, je logo a znělka firmy, které se objeví v posledních 3 vteřinách více než dvouminutového videa. Reklama po třech dnech od nahrání na portál YouTube

²⁵ JK Wedding Entrance Dance. *Wikipedia: the free encyclopedia*. [online]. 2001- [cit. 2016-11-07]. Dostupné z: https://en.wikipedia.org/wiki/JK_Wedding_Entrance_Dance.

²⁶ JK Wedding Entrance Dance. *YouTube*. [online]. 19. 7. 2009 [cit. 2016-11-07]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=4-94JhLEiN0>.

²⁷ JK Wedding Entrance Dance. *Wikipedia: the free encyclopedia*. [online]. 2001- [cit. 2016-11-07]. Dostupné z: https://en.wikipedia.org/wiki/JK_Wedding_Entrance_Dance.

získala přes 4,6 milionů zhlédnutí.²⁸ Je tedy patrné, že využívání principu memů firmami je jednak efektivní, ale také levná distribuce – video se šíří lavinově mezi uživateli internetu a sdílí ho i zarytí odpůrci reklam.



Obrázek 2: Reklama „The T-Mobile Royal Wedding“.

²⁸ 'Royal wedding' dance video goes viral. *CNN*. [online]. 19. 4. 2011 [cit. 2016-11-07]. Dostupné z: <http://edition.cnn.com/2011/TECH/web/04/18/royal.wedding.tmobile>.

2 Internetové memy

Potom, co čtenář této práce získá obecné povědomí o pojmu mem, chtěla bych se více zaměřit na skupinu memů šířících se po internetu. Nejprve bych ráda vysvětlila pojem internetový mem a uvedla definice autorů, kteří se jím zabývají. Jak jsem již zmínila výše, informace označované jako memy se šíří nejen slovně, ale v současnosti především pomocí internetu – přes e-mail, blogy či webové stránky. Internetový mem se stal kulturním fenoménem, který se šíří online díky lidem používajícím internet. Internet spojuje většinu způsobů komunikace, které nabízí média. Na internetu můžeme „telefonovat“, k zvukovému přenosu můžeme přidat i obraz, je možné sledovat televizní přenosy online nebo číst zprávy. Proto internetové memy nejsou tolik odlišné od memů šířících se mimo webové stránky, přesto jsou zde charakteristické prvky typické pouze pro tuto skupinu memů.

Zakladatel memetiky, Richard Dawkins, nezůstal pouze u definování memů šířících se běžnou lidskou interakcí, ale věnuje se i těm replikujícím se přes internet. V rozhovoru pro britský deník *The Guardian* uvedl, že internet poskytuje prvotřídní prostředí pro šíření informací a není divu, že v této souvislosti byl přejat pojem mem, protože tuto situaci přesně vystihuje. V podstatě nejde o změnu pojmu mem, pouze o specifickou podmnožinu původní představy o memech.²⁹

Michele Knobelová a Colin Lankshear popisují internetový mem jako oblíbený termín charakterizující rychle se šířící určité myšlenky v podobě psaného textu, obrázku, videa i jazykového obratu nebo jiné kulturní jednotky.³⁰

Profesor na univerzitě v Bonnu, Christian Bauckhage, vidí internetové memy jako jevy, které rychle získaly na popularitě a staly se známé na internetu. Často se jedná o modifikaci nebo parodii původní myšlenky. Vznikne tak fenomén, který je schopen překročit společenské a kulturní hranice. Běžně se uvádí, že internetové memy se šíří virálně, nicméně vědeckých důkazů potvrzujících tento předpoklad je málo.³¹ Tvrzení, že internetové memy jsou schopné překračovat sociální a kulturní hranice, může znít

²⁹ Richard Dawkins on memes. In: *The Guardian* [online]. 2013 [cit. 2016-11-14]. Dostupné z: <https://www.theguardian.com/media/video/2013/jun/20/richard-dawkins-memes-cannes-video>.

³⁰ KNOBEL, Michele a Colin Lankshear. *A new literacy samplers* [online]. New York: Peter Lang Publishing, 2007 [cit. 2016-11-14]. ISBN 978-0-8204-9523-1.

³¹ BAUCKHAGE, Christian. Insights into Internet Memes. In: *Proceedings of the Fifth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media*. IAIS Bonn, 2011.

přehnaně, není ale mylné. Důkazem o tom může být video jihokorejského rappera PSY s názvem Gangnam Style z roku 2012.³² Klip byl původně určen pouze pro jihokorejské publikum a také tomu odpovídá – text je v korejštině, zpívá o čtvrti v Soulu zvané Gangnam a ve videu jsou kromě záběrů čtvrti také známé jihokorejské osobnosti. Právě díky svému neobvyklému obsahu, který dokázal zaujmout, se rozšířil nejen mimo hranice Jižní Koreji, ale díky internetu se dostal rychle z Asie i do dalších kontinentů. A tak v odlišném kulturním prostředí, jako je Česká republika, jste v roce 2012 mohli vidět řadu mladých lidí zpívající hlavní popěvek v korejštině a napodobující charakteristický tanec rappera, aniž by znali význam korejských slov nebo věděli, co je to Gangnam.

Rozhodně by neměla chybět ani definice memu podle webové stránky, které se zabývají internetovými memy a shromažďují je, jakási encyklopedie memů s názvem Know Your Meme. Podle stránky knowyourmeme.com jsou internetové memy obvykle spojovány s médii, oblíbenými frázemi i obecnějšími trendy, které se šíří na webových stránkách určených pro komunikaci, jako chaty, blogy, sociální sítě, email, fóra a další. Internetové memy často ukazují to, jak se trendy vyvíjí online, jak se postupně proměňují a různě vzájemně odvozuji.³³

Také u internetových memů narážíme na komplikaci, že definice přesně nevymezuje, co může být považováno za internetový mem a co už ne. Lépe řečeno bychom mohli popis internetového memu uplatnit na všechno, co se na internetu nachází. Touto problematikou se zabývala Barbora Buchtová³⁴, která rozlišuje internetové memy na dvě skupiny:

1. Širší pojetí internetového memu – v podstatě vše na internetu je memem a internet je brán jako velké uskupení memů.
2. Užší pojetí internetového memu – videa, obrázky a texty, které se šíří internetem velmi rychle a jsou masově sdíleny. Tyto memy jsou často modifikovány, kombinovány a parodovány - například již zmiňované video JK Wedding Entrance Dance. Může se zdát paradoxní, že pro životnost memu je důležitá jeho co možná nejpřesnější replikace, ale v tomto případě se šíří mem v záměrně změněné podobě. Jde ale o to, že memem není celé video, ale jeho pointa, slovní

³² Video dostupné na YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=AUjmT76-6hw>.

³³ *Know Your Meme* [online]. [cit. 2016-11-15]. Dostupné z: <http://knowyourmeme.com/>.

³⁴ BUCHTOVÁ, Barbora. *Mapování internetových memů v prostředí blogosféry a sociálních sítí*. Masarykova univerzita v Brně, 2011.

obrat nebo nálada, jakou reprezentuje.³⁵ Zůstaneme-li u příkladu videa ze svatebního nástupu Jill Petersonové a Kevina Heinze, není memem celé pětiminutové video ani prostředí kostela nebo svatební atmosféra, dokonce jím není ani choreografie jejich nástupu, ale samotná myšlenka humorného tanečního příchodu v kombinaci se situací, ve které tento úvod není běžný.

Všechny definice mají společné to, že kladou důraz na rychlé šíření memů na internetu, jinak se autoři zaměřují na různé aspekty. Pokud bychom měli vytvořit definici internetového memu na základě uvedených charakteristik, tak bychom k rychlému šíření prostřednictvím internetových komunikačních prostředků přidali informaci, že se jedná o mediální objekty, jako videa, obrázky, melodie, texty i fráze. Úspěšný internetový mem je často humornou parafrází či parodií na nějaký známý koncept, dokáže zaujmout svým obsahem, díky čemuž je schopen přesáhnout hranice sociální i kulturní.

2.1 Vznik internetového memu

Ráda bych se stručně věnovala tomu, jak probíhá vývoj internetového memu. Průběh této geneze memu by se dal shrnout do tří bodů:

1. Nahrání informace (myšlenky, obrázku, videa,...) na internet.
2. Sdílení a šíření informace mezi internetovými uživateli.
3. „Zlidovění“ informace a její přijetí mezi běžnou komunikací na internetu, tvoření modifikací a parodií na informaci.

Opět narážíme na to, že memem by tedy teoreticky mělo být všechno, co se dostane na internet, což je ale zavádějící. Popisovanými třemi body projde pouze menšina sdílených informací, ačkoli je na internetu nespočet dalších téměř identických. Otázkou je, díky čemu se z některých informací na internetu stane mem?

Internetové memy mohou vzniknout ze záměrně vytvořených informací určených ke sdílení, většinou ale pochází z neočekávaných zdrojů. Díky tomu, že je možné původ memu dohledat, můžeme tvrdit, že internetovým memem se často stane něco, co bylo

³⁵ BUCHTOVÁ, Barbora. *Mapování internetových memů v prostředí blogosféry a sociálních sítí*. Masarykova univerzita v Brně, 2011.

sdíleno s jiným záměrem. Většinou má sdílená informace obsah, který třeba nevědomě protičečí původnímu záměru, v daném kontextu je absurdní a humorný. Pro ilustraci případu, kdy vznikl mem touto cestou, se můžeme podívat na mem s názvem „Disaster Girl“³⁶:



Obrázek 3: Originální obrázek Disaster girl.

Jednoduchý internetový mem Disaster Girl se vyvinul z fotografie dívky stojící před hořící budovou, kterou vyfotografoval její otec v roce 2004 při požárním cvičení. Fotografie byla v roce 2007 zaslána do fotosoutěže a umístěna na internet, kde si jí všimli jiní uživatelé internetu.³⁷ Zaujal je především pohled dívky, která se usmívá zlověstným způsobem, jako by byla zodpovědná za hořící dům. Výraz dítěte v kontextu s katastrofickým pozadím vytváří kontrast a může působit humorně. Portrét dívky z původní fotografie byl přidáván na obrázky různých katastrof, čímž vytváří dojem, že viníkem je ona dívka.

³⁶ Slovní spojení „Disaster girl“ je obtížné přeložit do češtiny – „disaster“ znamená „pohroma“ a slovo „girl“ je „dívka“. Význam memu v češtině by mohl znít „dívka přivolávající/tvořící katastrofy“.

³⁷ Disaster Girl. *Know Your Meme* [online]. 2008 [cit. 2016-11-15]. Dostupné z: <http://knowyourmeme.com/memes/disaster-girl>.



Obrázek 4: Upravený mem Disaster girl se vzducholodí Hindenburg.

To, že známe původ některých memů, nám dokáže přiblížit jejich vznik. Příběhy, které za tím stojí, ukazují, že způsob jejich užívání neodpovídá situacím, ve kterých jsou používány jako mem. A především, že úspěšnost vzniku internetového memu není předvídatelná a může se jednat o neúmyslnou náhodu, jako například přihlášení tři roky staré fotografie do fotosoutěže.

Vytvořit obecně platné pravidlo, podle kterého dokážeme určit budoucí úspěšnost a životnost internetového memu, není možné. Díky uvedenému příkladu jsme schopni vyabstrahovat vlastnosti, které by potenciálně úspěšný mem měl mít. Víme, že klíčovými body úspěchu memů je humor, hravost a schopnost zaujmout díky kreativitě. Přesto nelze předpovědět, zda bude mem úspěšný, nebo ne. Navzdory tomu se lidé snaží záměrně vytvořit úspěšný mem.

2.2 Druhy internetových memů

Internetové memy mohou mít všechny formy zprostředkování nějaké informace, které internet umožňuje – od slovních obrátů k celým textům, od melodie skládající se z několika tónů po celé písně, dále videa, obrázky nebo kombinace zmíněných možností. Pro orientaci chci popsat základní přehled druhů internetových memů. Na úvod tohoto přehledu bych chtěla poznamenat, že názvy vybraných internetových memů budu uvádět v originále, tedy v angličtině. Jednak jsem se tak rozhodla proto, že se jedná o název používaný uživateli po celém světě, který se do jednotlivých jazyků nepřekládá, a navíc by názvy přepsáním do českého jazyka často ztratily vtip a údernost.

2.2.1 Foto výstřelky

Jedním ze základních druhů memů jsou takzvané foto výstřelky (Photo Fads), které jsou na pomezí internetových memů a memů obecně. Jedná se o určitý způsob fotografování, kdy fotografovaná postava zaujímá konkrétní postoj nebo je zachycena v nějaké situaci. Většinou jde o napodobení gesta či postoje známé osobnosti, které působilo v danou chvíli humorně. Samozřejmě se jedná o neobvyklou pózu v co nejneobvyklejším prostředí. Díky internetu se nápady na neobvyklý způsob fotografování šíří velmi rychle a uživatelé se do této fotografické „hry“ zapojují po celém světě.³⁸

Příkladem může být jeden z nejpůlárnějších foto výstřelků, Planking³⁹. Při Plankingu je vyfotografovaná postava v pozici připomínající prkno, tedy ležící naprosto rovně. Planking byl inspirován hráčem ragby Davidem Williamsem, který si takto lehnul v průběhu zápasu v roce 2011.⁴⁰

³⁸ Photo Fads. *Know Your Meme* [online]. 2011 [cit. 2016-11-16]. Dostupné z: <http://knowyourmeme.com/memes/subcultures/photo-fads>.

³⁹ Slovo „planking“ má základ ve slově „plank“, tedy prkno.

⁴⁰ Planking. *Know Your Meme* [online]. 2011 [cit. 2016-11-16]. Dostupné z: <http://knowyourmeme.com/memes/planking>.



Obrázek 5: David Williams během zápasu v březnu 2011.

Zvláštní pozice hráče pobavila uživatele internetu, kteří ji začali napodobovat a sdílet své verze Plankingu. Cílem bylo vytvořit fotografii na co nejzvláštnějším místě v pozici jako prkno tváří dolů, čímž by byl kontext ještě absurdnější, a následně fotografii zveřejnit na internetu.⁴¹ Nevýhodou foto výstřelků je to, že se rychle vyčerpají a jsou vystřídány jinými (například Owling, sezení na vyvýšeném místě jako sova⁴²). Proto popularita Plankingu netrvala déle než do poloviny roku 2012.⁴³



Obrázek 6: Ukázka plankingu.

⁴¹ Planking: Nevinná zábava nebo hazard se životem? *Reflex* [online]. 2011 [cit. 2016-11-16]. Dostupné z: <http://www.reflex.cz/clanek/zivot-a-styl/41718/planking-nevinna-zabava-nebo-hazard-se-zivotem.html>.

⁴² Owling. *Know Your Meme* [online]. 2011 [cit. 2016-11-16]. Dostupné z: <http://knowyourmeme.com/memes/owling>.

⁴³ Photo Fads. *Know Your Meme* [online]. 2011 [cit. 2016-11-16]. Dostupné z: <http://knowyourmeme.com/memes/subcultures/photo-fads>.

2.2.2 Textové a jazykové memy

Memy šířící se po internetu ovlivnily také psaný i mluvený jazyk. Do této kategorie internetových memů můžeme zařadit novotvary vzniklé zkrácením slova či přijetím slova z cizího jazyka. Dále jsou to celé věty a fráze. „Příkladem může být klasický internetový mem – výrok důchodkyně Věry Pohlové „*Já bych všechny ty internety a počítače zrušila.*“ – slovo internet se zde v množném čísle stává velice rozšířeným internetovým memem,⁴⁴ podle kterého byl dokonce pojmenován i internetový magazín zaměřený na marketing, média, mobilní služby a sociální síť www.tyinternety.cz⁴⁵.“⁴⁶

Textové a jazykové internetové memy nekončí u chytlavých hlášek, ale mezi uživateli vznikly i verze psaného jazyka, jako je Netspeak⁴⁷ nebo Lolspeak⁴⁸.

Například Lolspeak je verze angličtiny, která si pohrává s gramatikou i psaním slov. Tato mutace anglického jazyka má původ v chybně napsaném textu na jedné webové stránce „I can has a cheeseburger?“⁴⁹. Uvedená věta se začala šířit mezi uživateli, kteří napodobovali chybu i v jiných větech a dokonce vznikl i internetový překladač⁵⁰ z anglického jazyka do Lolspeak.⁵¹ Tento druh jazyka je nejvíce používán v textech doprovázejících obrázkové memy a fotografie. Používáním jazyku Lolspeak se zabývá ve své diplomové práci Jordan Lefler, který tvrdí, že Lolspeak by měl být považován za dialekt angličtiny. Lolspeak má vlastní skladbu vět odlišnou od anglického jazyka a také jiné tvary sloves nebo psanou podobu slov. Díky velkému rozšíření navíc Lolspeak ovlivňuje i mluvenou angličtinu.⁵²

⁴⁴ Deset let Věry Pohlové na českém internetu. *Lupa.cz* [online]. 17. 9. 2009, [cit. 2011-05-09]. Dostupný z WWW: <<http://www.lupa.cz/zpravicky/deset-let-very-pohlove-na-ceskem-internetu/>>.

⁴⁵ *Tyinternety.cz* [online]. c2009 [cit. 2011-05-28]. Dostupné z WWW: <<http://www.tyinternety.cz/>>.

⁴⁶ BUCHTOVÁ, Barbora. *Mapování internetových memů v prostředí blogosféry a sociálních sítí*. Masarykova univerzita v Brně, 2011. S. 22.

⁴⁷ Netspeak je termín označující psaný jazyk na internetu, který obsahuje akronymy, zkratky nebo emotikony. Pojem „Netspeak“ je složeninou anglických slov „net“ (sít) a „speak“ (mluvit).

⁴⁸ Lolspeak je internetový dialekt angličtiny, který se používá především ve spojení s obrázkovými memy. Název „Lolspeak“ vznikl spojením anglického slovesa „speak“ (mluvit) a zkratky „LoL“ znamenající Laughing out Loud (hlasitě se smát, hodně se smát,...).

⁴⁹ Otázka „I can has a cheeseburger?“ by správně měla znít „Can I have a cheeseburger?“ (v překladu: Mohu dostat cheeseburger?). Autor prohodil zájmeno a modální sloveso a napsal špatný tvar slovesa „to have“ (mít).

⁵⁰ Překladač dostupný na adrese:

<http://speaklolcat.com/?from=Can%20i%20have%20an%20Icecream%3F>.

⁵¹ BUCHEL, Branislav. *Internet Memes as Means of Communication*. Brno, 2012.

⁵² LEFLER, Jordan. *I can has a thesis?: A linguistic analysis of lolspeak* [online]. Louisiana, 2011 [cit. 2016-11-16]. Dostupné z: <https://assets.documentcloud.org/documents/282753/lefler-thesis.pdf>.

2.2.3 Obrázkové memy

Jednou z nejběžnějších a nejpočetnějších skupin internetových memů jsou obrázky. Obrázkové memy mají celou řadu kategorií, do kterých se dělí podle vzhledu, způsobu zpracování nebo formy úpravy a modifikování (více v kapitole 3. Obrázkové memy).

2.2.4 Videomemy

Oblíbený je především tzv. videomem, známější pod názvem virál, který odkazuje ke slovu „vir“, a tím i k rychlému způsobu šíření. Virál je video sdílené lidmi na internetu (často prostřednictvím stránek na sdílení videa, jako je YouTube), které dosáhne vysoké sledovanosti. Definicí videomemů, stejně jako memů obecně, je složité stručně vymezit. Univerzální charakteristikou je, že se jedná o video sdílené kvůli zajímavému obsahu.⁵³Délka i kvalita videomemů je různá – od propracovaných videoklipů zpěváků, přes spontánně natočená videa na mobilní telefon, až po takzvané GIFy.

První dvě zmíněné formy video memů (videoklipy a amatérská videa), včetně všeho, co je mezi nimi, jsou jistě všem srozumitelné a dobře známé. Co už tolik rozšířené není, je pojem GIF. GIF je zkratkou pro „Graphic Interchange Format“, neboli grafický formát pro rastrovou grafiku, který umožňuje jednoduché animace. Jeho nevýhodou je, že má omezenou barevnou paletu a je vhodný pouze pro krátké animace a klipy s malým rozlišením.⁵⁴ Přesto jsou GIFy velmi oblíbeným memem. Vznik GIFu může být buď složením několika obrázků či fotografií, nebo se jedná o krátkou sekvenci filmu, seriálu a jakéhokoli jiného existujícího druhu videa, která je v něčem zajímavá a zábavná. Většinou je obsahem GIFu humorná zápleтка nebo scéna vyvolávající v divákovi určitou emoci a odkaz na situaci původního videa. GIF se může šířit v nezměněné podobě díky svému zajímavému obsahu nebo může být jeho obsah upravován, a šíří se tak mutace jednoho memu.

Pro ilustraci jsem vybrala GIF s názvem Confused Travolta⁵⁵, který vznikl z filmu Pulp Fiction z roku 1994. Zachycuje herce Johna Travoltu v otočce a se zmateným gestem

⁵³ Virální video. *Wikipedia: the free encyclopedia*. [online]. 2001- [cit. 2016-10-27]. Dostupné z: https://cs.wikipedia.org/wiki/Vir%C3%A1ln%C3%AD_video.

⁵⁴ GIF. In: *Wikipedia: the free encyclopedia* [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001- [cit. 2016-11-16]. Dostupné z: <https://cs.wikipedia.org/wiki/GIF>.

⁵⁵ „Confused Travolta“ může být přeloženo jako „zmatený Travolta“.

ruky a výrazem v obličeji. Originální GIF zobrazující přímo část z filmu se objevil na internetu poprvé v roce 2012, po téměř dvaceti letech od vzniku Pulp Fiction. GIF trvá přibližně 4 vteřiny a je u něj popisek „Když přijdu jako první na party“⁵⁶.



Obrázek 7: Část původního GIFu Confused Travolta z roku 2012.

GIF s Travoltou znovu „ožil“ až v roce 2015, kdy byl upraven a z originálu byla použita pouze postava herce, která byla vložena do jiného obrázku. Tento GIF zaznamenal velký úspěch a byl dále obměňován a šířen uživateli. Právě díky obrázku či videu v pozadí získával nový kontext, který byl často doplněn i stručnou úvodní větou. Ta popisovala situaci uživatele, která vedla ke zmatenému pocitu vyjádřenému právě GIFem. Díky tomu je mem používán nejen k vyjádření nepochopení některých věcí při každodenních činnostech, ale také k reakci na aktuální dění ve společnosti nebo politice.

⁵⁶ GIF k dispozici na: <http://imgur.com/gallery/M2bZq>.



Obrázek 8: Upravený GIF Confused Travolta z listopadu 2015 s popisem: *Když se zeptám dcery, co si přeje k Vánocům, a ona odpoví: „panenku“.*

Proměňování námětu a kontextu je to, co internetové uživatele láká k dalšímu sdílení. Proto memy, které více vybízejí ke kreativitě a nabízejí větší škálu použití, mají delší „životnost“ a oblíbenost. Daleko více možností nabízí obrázkové memy, kterým bych se ráda věnovala podrobněji v další kapitole.

3 Obrázkové memy

Velkou část internetových memů tvoří právě obrázky, a to v jakékoliv podobě – od jednoduchých emotikonů až po kvalitní fotografie. Odlišují se nejen kvalitou, ale i způsobem vzniku, úpravou a šířením. Pro orientaci bych obrázkové memy rozdělila do dvou velkých skupin podle následujících kritérií:

1. Podle způsobu modifikace při replikaci
2. Podle výtvarné techniky, pomocí které vznikly

Obě kategorie obsahují samozřejmě celou škálu druhů a podskupin. Ráda bych popsala alespoň několik hlavních, které se objevují na internetu nejčastěji. Pro lepší názornost je u každé skupiny příklad konkrétního obrázkového memu.

3.1 Rozdělení obrázkových memů podle způsobu modifikace

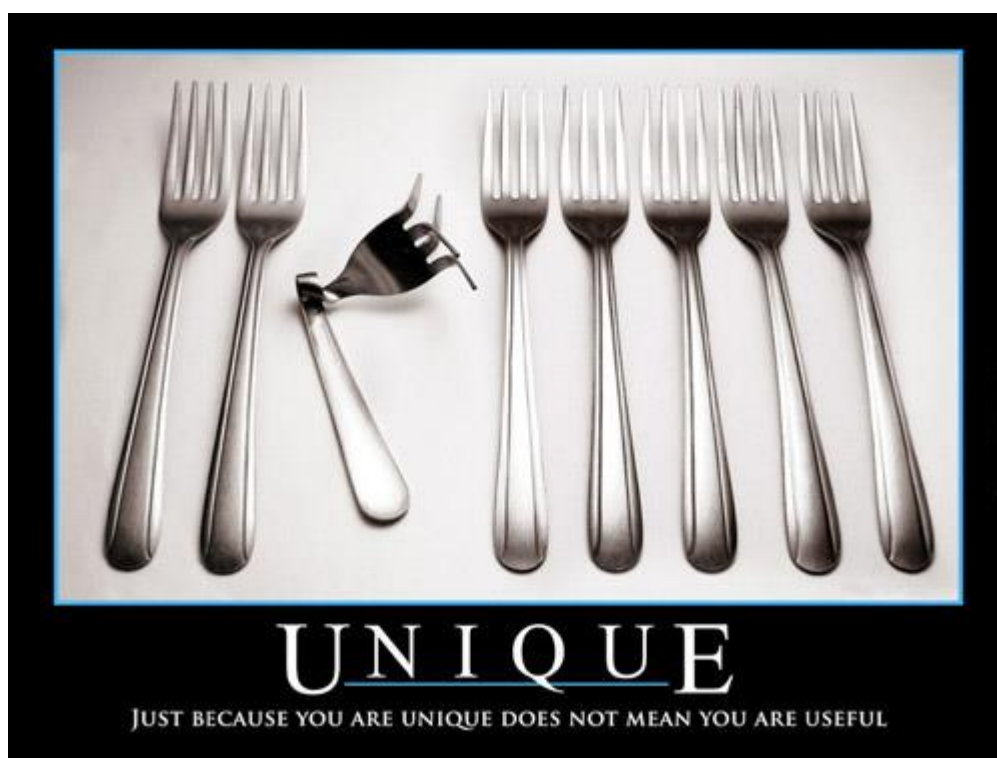
Internetové obrázkové memy jsou šířeny většinou ve své upravené podobě. Při jejich replikaci dochází také k určité modifikaci obsahu. Počítačové grafické programy nabízí řadu možností, jak upravovat fotografie a obrázky, nejčastěji se jedná o dva druhy úprav – změnu pozadí a doplnění obrázku o text.

První z nich, změna pozadí fotografie, funguje na principu doplnění kontextu fotografie díky memu. Memem je v tomto případě pouze část původní fotografie, která je z předchozího prostředí přemístěna vždy do nového (více viz mem Disaster Girl popsany výše).

Obrázkové memy s doplněným textem jsou dalším ze způsobů tvorby tohoto fenoménu. Samozřejmě neexistuje jediná varianta propojení napsané zprávy s obrázkem. Vedle obyčejného přidání popisu fotografie na jakékoli místo a s použitím libovolného fontu můžeme najít i ustálené podoby grafiky. Jednou z nich jsou „demotivační plakáty“, které jsou reakcí na motivační plakáty objevující se často v kancelářích firem.⁵⁷ Demotivační plakáty převrací myšlenku původních, motivačních plakátů, jejichž cílem je pomocí výstižného hesla motivovat a povzbudit k práci. Snad každý někdy narazil na

⁵⁷ BUCHEL, Branislav. *Internet Memes as Means of Communication*. Brno, 2012.

zajímavou fotografií přírody, zvířat nebo i sportovců obklopenou širokým černým rámečkem, na jehož spodní straně je bílým písmem napsán pojem jako odhodlání, týmová práce nebo úspěch, a pod ním drobnějším písmem popsán jednou větou návod, jak toho docílit. Kromě toho, že popsaný obrázek může působit motivačně, působí také většinou kýčovitě. Právě na tom staví opak těchto plakátů – ty demotivační. Struktura obrázku je stejná, ale místo působivého hesla je pod fotografií napsáno něco cynického, ironického.



Obrázek 9: Ukázka demotivačního plakátu s nápisem: *JEDINEČNOST. To, že jste jedineční, ještě neznamená, že jste užiteční.*

Většina obrázkových memů má podobu takzvaného Image Macro⁵⁸, tedy memu skládajícího se z obrázku a vtipné zprávy nebo fráze. Image Macro je jedním z nejrozšířenějších forem internetových memů.⁵⁹ Jeho vznik je poměrně jednoduchý (přidání textu na obrázek) a díky jeho popularitě vznikla řada webových stránek zaměřených na tvorbu Image Macro memů. Například Meme generator⁶⁰ na stránce imgflip.com, makeameme.org, memegenerator.com nebo česká stránka memecreator.cz nabízí řadu populárních obrázkových memů i možnost vložit vlastní fotografii a doplnit

⁵⁸ „Image Macro“ v doslovném překladu znamená „makro obrázek“.

⁵⁹ Image Macros. In: *Know Your Meme* [online]. 2012 [cit. 2016-11-28]. Dostupné z: <http://knowyourmeme.com/memes/image-macros>.

⁶⁰ „Meme generator“ znamená v překladu program na generování (vytváření) memů.

ji o text, čímž ještě více zjednodušují tvorbu memů. Text u obrázků Image Macro je obvykle napsán fontem Impact. Tento font nabízí velká tučná písmena, která jsou bílá s černými obrysy. Volba tohoto stylu písma je dána jeho dobrou čitelností na většině jakkoliv barevných pozadí.⁶¹ Písmo Impact, které bylo vytvořeno v šedesátých letech 20. století, je tak často používáno při tvorbě obrázkových memů, že by se dalo označit za „font memů“. Pro jeho užívání a šíření se dá dokonce i samotný font označit za internetový mem.⁶²

3.2 Rozdělení obrázkových memů podle výtvarné techniky

Další způsob, jak obrázkové memy třídit, je jednoduše podle jejich vzhledu. Všechny bychom sice mohli označit za výsledek počítačové grafiky, i když byly upraveny minimálně, například jen přidáním textu. Jsou ale na první pohled odlišné tím, jakým způsobem vznikly. Existují tři základní skupiny – fotografie a graficky upravené a kreslené memy.

3.2.1 Fotografické memy

Asi nejčastějšími obrázkovými memy jsou fotografie. Tím nejsou myšleny veškeré fotografie, které například nahrajete na internet do svého alba ať už na sociálních sítích, jako je Facebook nebo Instagram, nebo na webovou stránku k tomu určenou, v Čechách například rajce.net. Základem memů je fotografie zobrazující jednu nebo více postav v určité situaci nebo s jasně rozpoznatelným výrazem. Fotografie může být záměrně vytvořená za účelem vzniku nového memu, nicméně tento způsob, jak už bylo řečeno dříve, není spolehlivý. Častěji uživatelé vytvoří mem z fotografie, která byla pořízena z jiných důvodů - do fotosoutěže (viz již zmiňovaný mem Disaster girl), jako ilustrační snímek nebo jednoduše osobní fotografie umístěná na internet. Fotografickým memem

⁶¹ Image Macros. In: *Know Your Meme* [online]. 2012 [cit. 2016-11-28]. Dostupné z: <http://knowyourmeme.com/memes/image-macros>.

⁶² BRIDEAU, Kate a BERRET, Charles. A Brief Introduction to Impact: "The Meme Font". In: *Journal of Visual Culture* [online]. 2014 [cit. 2016-11-29]. ISSN 1741-2994. Dostupné z: http://vcu.sagepub.com/search/results?fulltext=kate+brideau&x=0&y=0&submit=yes&journal_set=spvcu&src=selected&andorexactfulltext=and.

se může stát i snímek z filmu, který ilustruje situaci, kterou chce uživatel pomocí memu vyjádřit.

3.2.1.1 Fotografický mem vzniklý z ilustračního snímku

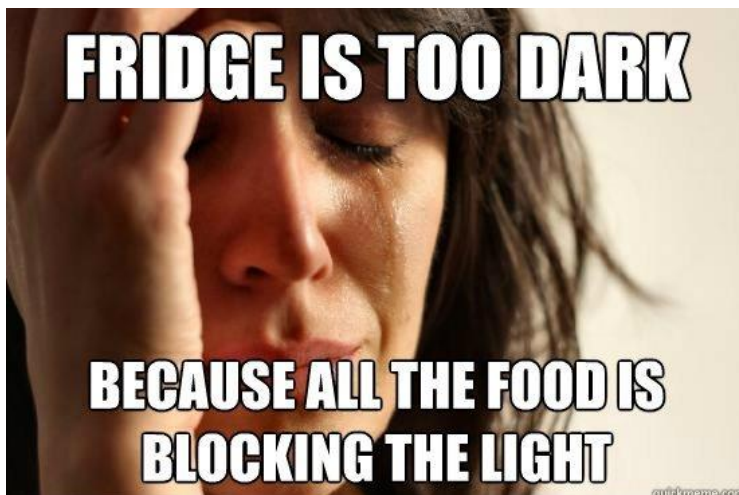
Ilustrační snímky doprovází články nebo kampaně a pomáhají dotvářet celkovou atmosféru. Problémem ilustračních fotografií je, že fotografie se nemusí vztahovat ke konkrétnímu místu nebo události, o které článek pojednává.⁶³ Někdy se ale tyto doplňující fotografie můžou zdát vzhledem k článku neupřímné, postavy na nich působí křečovitě a v celkovém kontextu mohou čtenáři připadat kýčovité až komické. Právě toho využívají tvůrci memů, kteří fotografie spojí s jiným tématem.

Pro příklad bych popsala mem First World Problems⁶⁴. Problémy „prvního světa“ jsou myšleny frustrace a stížnosti lidí z vyspělých demokratických zemí, které jsou v kontrastu s problémy zemí třetího světa triviální.⁶⁵ Podkladem pro tento mem je fotografie plačící ženy držící se za hlavu, která uživatelům připadala přehnaná a nehodící se například ke kampani proti domácímu násilí. Doplněním textu týkajícího se malicherného trápení k fotografii vznikl mem, který zdůrazňuje banalitu problému.

⁶³ Diskuse k Wikipedii: Obrázky v článku. In: *Wikipedia: the free encyclopedia* [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001- [cit. 2016-11-20]. Dostupné z: https://cs.wikipedia.org/wiki/Diskuse_k_Wikipedii:Obr%C3%A1zky_v_%C4%8Dl%C3%A1nku.

⁶⁴ „First World Problems“ můžeme do češtiny přeložit jako „Problémy prvního světa“.

⁶⁵ First World Problems. In: *Know Your Meme* [online]. 2011 [cit. 2016-11-20]. Dostupné z: <http://knowyourmeme.com/memes/first-world-problems>.



Obrázek 9: Ukázka memu „First World Problems“ s textem: *V lednici je příliš tma, protože všechno to jídlo blokuje světlo.*

3.2.1.2 Memy vzniklé z fotografií internetových uživatelů

Vedle ilustračních snímků, které jsou uchované v databázi zpravodajských portálů, jako je například anglická agentura Reuters nebo v České republice Profimedia, je internet plný fotografií, které sem nahrávají běžní uživatelé. Některé z nich se začnou šířit díky svému zajímavému obsahu a začnou být spojovány s konkrétní situací.

Bližší to může být upřesněno na příkladu fotografického memu nazvaného Success Kid⁶⁶. Původně šlo o fotografii dítěte z roku 2007 zobrazující jedenáctiměsíčního chlapce, který ochutnal písek na pláži. Obrázek v tom samém roce umístila chlapcova matka na svém účtu na Flickr, webové stránce umožňující nahrávat a sdílet fotografie.⁶⁷

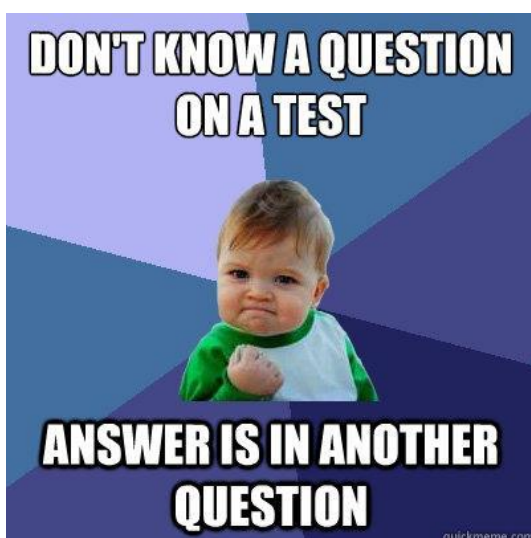
⁶⁶ „Success Kid“ v překladu znamená „úspěšné dítě“.

⁶⁷ Laney Griner. *Flickr* [online]. 2007 [cit. 2016-11-20]. Dostupné z: <https://www.flickr.com/photos/sammyjammy/1285612321/in/set-72157620597747933>.



Obrázek 10: Fotografie jedenáctiměsíčního Sama umístěná na Flickr.com.

Dítě na fotografii vypadá, jako by mělo samolibý výraz a jeho gesto ruky připomíná gesto úspěchu. Lidé používající tento mem se tak podělí o svůj úspěch (většinou drobný a náhodný) tím způsobem, že na horní a dolní okraj obrázku napíší stručně, co se přihodilo. Výsledný nápis ve spojení s obrázkem působí humorně a odlehčeně. Mem Success Kid se nejčastěji šíří ve dvou variantách – buď je fotografie doplněná o text nebo je mem dále graficky upravený tak, že je použita pouze postava dítěte umístěná na barevném pozadí. Vyjmutím chlapce z prostředí pláže mizí spojení výrazu v obličeji a písku, čímž je zdůrazněno právě jeho gesto. Úspěšnost modifikací memu a jeho další šíření závisí především na tom, jak dokáže ostatní uživatele pobavit a jak moc se s uvedeným sdělením ztotožní.



Obrázek 11: Jedna z verzí memu Success Kid s textem: *Nevím, jak odpovědět v testu, odpověď je v další otázce.*

3.2.1.3 Snímek z filmu jako fotografický mem

Situaci, náladu nebo charakteristiku člověka dokážou dobře vystihnout filmy a hlavní postavy v nich. Proto jsou také filmy využívány k vytváření memů, ať už se jedná o GIFy nebo obrázkové memy. K vytvoření obrázkového memu slouží snímek ze scény, kde byla použita většinou nějaká fráze, na kterou mem navazuje. Samozřejmě se jedná o známé filmy nebo televizní seriály, které většina uživatelů dokáže identifikovat a scénu si vybavit (někdo i včetně hlasu nebo dikce postavy).

Filmová trilogie Pán prstenů je inspirací pro řadu internetových memů. Jedním z memů, které vznikly tímto způsobem, je obrázek s názvem One Does Not Simply...⁶⁸, který odkazuje na scénu, kdy herec Sean Bean v roli Boromira říká, že je těžké jednoduše projít do Mordoru⁶⁹. Mem se skládá z obrázku Boromira z popisované scény, horního textu „One does not simply“ a spodního textu, který doplňuje větu. Ať už se jedná o konstatování něčeho nebo i o radu, většinou jde samozřejmě o humornou pointu, často na základě zkušenosti uživatele, která ve spojení s vážností scény působí banálně.⁷⁰



Obrázek 12: Upravený mem One Does Not Simply: *Člověk jednoduše neřekne své babičce, že nemá hlad.*

⁶⁸ Pouze část věty „One does not simply“ se do češtiny překládá obtížně. Znamená v překladu „člověk jednoduše ne...“ a užitím záporu „does not“ se převádí následné použité sloveso do záporu.

⁶⁹ V originálu: „One does not simply walk into a Mordor“

⁷⁰ One does not simply. *Make A Meme* [online]. 2015 [cit. 2016-11-20]. Dostupné z: <https://makeameme.org/character/one-does-not-simply>.

3.2.1.4 Obrázkové memy inspirované uměleckým dílem

Mezi další obrázkové memy patří ty, které vznikly na základě uměleckého díla. Samozřejmě označení „fotografický mem“ může být sporné, protože se jedná ve skutečnosti například o olejomalbu. Rozhodla jsem se ale tento typ memů zařadit mezi fotografické, protože na internetu se šíří v podobě fotografického záznamu díla. Tudíž memem je daná fotografie.

Obecně se tento druh memů nazývá Classical Art Memes⁷¹ a není vymezen uměleckým obdobím – memem se mohou stát umělecká díla antická, středověká, renesanční a další. Samozřejmě internetoví uživatelé nejsou první, kteří použili klasické umění při vymýšlení komické situace a zapojili je do jiných souvislostí. Předchůdcem těchto memů je například Terry Gilliam z britské komediální skupiny Monty Python. V jejich seriálu Monty Pythonův létající cirkus, který vznikl v 60. letech 20. století, byla použita nejen renesanční umělecká díla ve znělce a dalších krátkých animacích.

Podnětem pro další šíření memů čerpajících z klasického umění bylo založení facebookové stránky s názvem Classical Art Memes⁷² v roce 2014, která slouží ke sdílení parodií na umělecká díla.⁷³ K listopadu 2016 sleduje tuto stránku více než 3 miliony uživatelů sociální sítě Facebook.⁷⁴

Problém nastane, pokusíme-li se tento druh memů charakterizovat celkově. Jedná se totiž o několik rozdílných přístupů v tvorbě a úpravě memů. Jednou z možností je upravovat umělecké dílo pomocí grafického programu, jako je Photoshop. Úpravy se týkají buď přidání a odebrání předmětu, postavy či pozadí, nebo proměny hlavní postavy, například za účelem aktualizace obrazu nebo vytvoření jeho parodie. Nejčastěji modifikovanými díly jsou samozřejmě ta nejznámější. Každý si určitě vybaví fresku s názvem Stvoření Adama, kterou namaloval Michelangelo Buonarroti na strop Sixtinské kaple ve Vatikánu. A stejně tak není problém vzpomenout si na jakoukoli upravenou verzi této fresky, ať už je nahrazena jedna z postav někým jiným nebo je využito gesto rukou tak, že vypadá, jako by si postavy něco podávaly.

⁷¹ „Classical Art Memes“ je možné přeložit do češtiny jako „memy klasického umění“.

⁷² Stránka Classical Art Memes dostupná na:

<https://www.facebook.com/classicalartmemes/?ref=ts&fref=ts>.

⁷³ Classical Art Memes. *Know Your Meme* [online]. 2014 [cit. 2016-11-20]. Dostupné z:

<http://knowyourmeme.com/memes/classical-art-memes>.

⁷⁴ Classical Art Memes. *Facebook* [online]. 2014 [cit. 2016-11-20]. Dostupné z:

<https://www.facebook.com/classicalartmemes/>.

Dalším oblíbeným způsobem, jak vytvořit mem z uměleckých děl, je přidání popisku nebo titulků vysvětlujících situaci v obraze. Pointa těchto memů je většinou v tom, že text obsahem neodpovídá období vzniku obrazu. Vzniká tak situace založená na kontrastu prostředí, vzhledu postav a tématu, které řeší. Často jsou využívány obrazy středověkého umění, především ilustrace obsahující různé fantaskní tvory a obrázky nedokonalých figur se špatnými proporcemi a podobně. Memem nemusí být ani celý obraz, naopak se jím stává pouze detail – především je to tak u memů vzniklých podle obrazů Pietera Bruegela staršího nebo Hieronyma Bosche. Příkladem může být autoportrét rakouského malíře Johanna Gumppe z poloviny 17. století.



Obrázek 13: Upravená fotografie díla Johanna Gumppe s textem: *Focení selfie⁷⁵ ve stylu 17. století.*

3.2.2 Grafické memy

Do skupiny obrázkových „grafických memů“ patří ty obrázky, které vznikly grafickou úpravou fotografie v počítači za použití grafického programu. Nejběžnějšími

⁷⁵ Selfie je fotografie sebe sama, tedy druh autoportrétu populární v současnosti.

úpravami je buď změna pozadí fotografie, nebo její překreslení. V obou případech dochází k tomu, že je zdůrazněn hlavní předmět nebo postava a její výraz či gesto.

3.2.2.1 Úprava pozadí fotografie

Memy vycházející z fotografií mohou být dále upravovány, jako je tomu třeba v případě již zmíněného memu Success Kid. V tomto případě zůstane z původní fotografie pouze postava a celé pozadí je nahrazeno barevným kolem. Způsob spojení fotografie a grafického pozadí je charakteristický především pro skupinu memů s názvem Advice Animals.⁷⁶

Advice Animals je memplex skládající se z celé řady jednotlivých memů. Obrázky se skládají z postavy, pozadí a samozřejmě nechybí ani text v horní a dolní části.

Postavou je jakýkoli živočišný druh – od lidí, přes zvířata až po prehistorické tvory. Hlavní „hrdina“ memu se stává symbolem pro určité téma nebo situaci, kterou chce autor memu sdělit. Často je využito stereotypu, humorné fotografie nebo je jednoduše některým zvířatům přisouzena lidská vlastnost. Tyto memy umožňují uživatelům internetu stručně sdělit nějakou informaci a vystihnout jednoduše její podstatu a záměr. Vedle zážitků nebo zvláštních situací sdílí uživatelé pomocí těchto memů i nějakou radu nebo zkušenost, proto označení „Advice“ v názvu skupiny memů.⁷⁷

Příkladem může být mem s názvem Socially Awkward Penguin⁷⁸ - obrázek tučňáka, kterému chybí základní společenské vystupování a sebevědomí, díky čemuž se dostává do trapných společenských situací. Postava tučňáka jde směrem doleva a je zobrazena na pozadí skládajícím se ze světle a tmavě modré barvy. Změní-li se směr chůze a barva pozadí na červenou, změní se i význam memu, a to na „Socially Awesome Penguin“⁷⁹. Text na obrázku většinou popisuje nepříjemné situace, do kterých se tvůrce memu dostal nebo nevhodné a společensky zvláštní odpovědi.⁸⁰

⁷⁶ „Advice animals“ bychom do češtiny mohli přeložit jako „radící zvířata“, ale tento překlad nejen, že zní zvláště, je také nepřesný. Anglické „Advice“ v překladu znamená rada, porada nebo poradenství. „Animals“ jsou sice v překladu „zvířata“, nicméně označení „tvorové“ více vystihuje tento druh memů.

⁷⁷ BUCHEL, Branislav. *Internet Memes as Means of Communication*. Brno, 2012.

⁷⁸ V překladu do češtiny znamená „Socially Awkward Penguin“ přibližně „Společensky trapný tučňák“.

⁷⁹ Socially Awesome Penguin znamená v překladu „společensky úspěšný tučňák“.

⁸⁰ Socially awkward penguin. In: *Know Your Meme* [online]. 2009 [cit. 2016-11-27]. Dostupné z: <http://knowyourmeme.com/memes/socially-awkward-penguin>.



Obrázek 14: Ukázka memu Socially Awkward Penguin s textem: „Promiň, ale opravdu nestihnu přijít na tvou svatbu...“ „Třeba příště.“

3.2.2.2 Graficky vytvořené obrázky

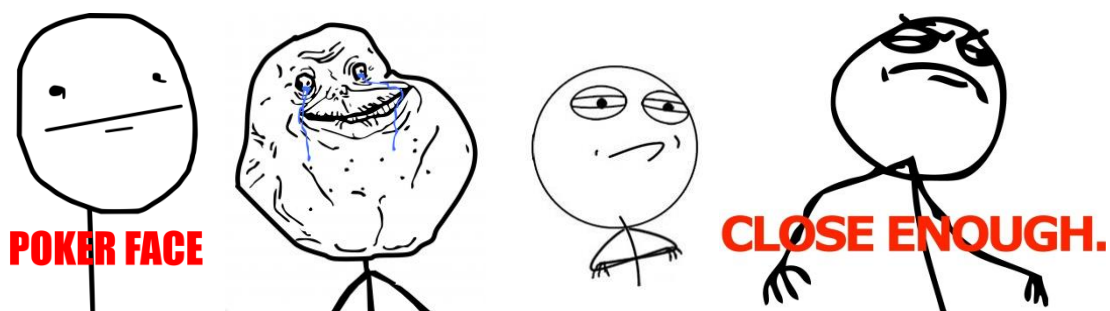
Vedle obrázkových memů, které vznikly přímo z fotografie, můžeme na internetu najít i takové, které mají k fotografii daleko. Jedná se o memy, které vznikly přímo v počítačovém grafickém programu, většinou jsou černobílé a skládají se z několika tahů. Celý soubor těchto memů se nazývá Rage Faces⁸¹ a podle webové stránky Know Your Meme obsahuje přes čtyřicet jednotlivých memů.⁸²

Rage Faces jsou jednoduché obrázky kreslených panáčků, obličejů představujících určitou náladu nebo vlastnost, které jsou vytvořené v základním programu pro kreslení a úpravu obrázků, jako je například Malování. Práce v tomto programu je obecně považována za synonymum amatérské práce v oblasti počítačové grafiky a tyto obrázkové memy na to reagují i svým vzhledem – jsou amatérské až ošklivé. Přesto

⁸¹ Slovo „rage“ znamená v překladu vztek, zlost nebo zuřivost. Spojení „Rage Faces“ bychom mohli přeložit jako vzteklé obličej.

⁸² Rage comics. In: *Know Your Meme* [online]. 2008 [cit. 2016-11-27]. Dostupné z: <http://knowyourmeme.com/memes/rage-comics>.

skutečnost, že jsou tak jednoduché, nebrání jejich úspěšnému šíření. Naopak nabízí uživatelům řadu možností jejich používání.⁸³



Obrázek 15 – 18: Ukázka grafických memů Rage Faces (zleva: Poker Face⁸⁴, Forever Alone⁸⁵, Challenge Accepted⁸⁶, Close Enough.⁸⁷)

Co se týče významu a použití, každý mem se samozřejmě hodí k jiné situaci. Poker Face ilustruje většinou trapnou situaci, do které se uživatel dostal a reagoval na ní s prázdným výrazem v obličeji.⁸⁸ Mem Forever Alone vyjadřuje uživatelovu osamělost a zklamání.⁸⁹ Memem Challenge Accepted dává uživatel najevo, že se rozhodl splnit úkol (nebo výzvu), který bude obtížný.⁹⁰ Obrázek Close Enough zase popisuje situaci, kdy je uživatel spokojený s výsledkem své práce i přesto, že není úplně ideální.⁹¹

Vedle běžného používání obrázkových memů, kdy obrázek doprovází text popisující zajímavou situaci, mohou uživatelé pomocí Rage Faces reagovat v diskusích a používat je jako odpověď nebo dokonce vytvořit krátký komiks.

⁸³ BUCHEL, Branislav. *Internet Memes as Means of Communication*. Brno, 2012.

⁸⁴ Výraz Poker Face se užívá i v češtině. Označuje „kamennou tvář“ bez emocí.

⁸⁵ „Forever Alone“ znamená v překladu „navždy sám“.

⁸⁶ „Challenge Accepted“ může být přeloženo jako „výzva přijata“.

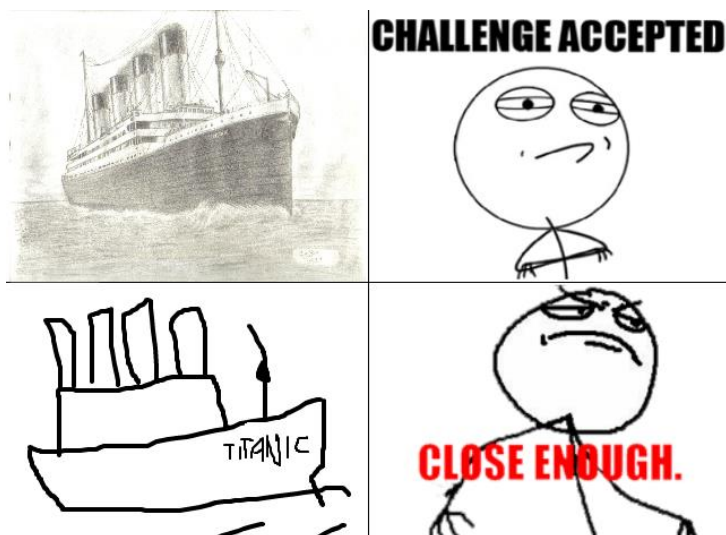
⁸⁷ „Close Enough“ znamená v doslovném překladu „dost blízko“, nicméně co se významu týče, hodí se spíš český výraz „skoro“.

⁸⁸ Poker Face. In: *Know Your Meme* [online]. 2010 [cit. 2016-11-27]. Dostupné z: <http://knowyourmeme.com/memes/poker-face>.

⁸⁹ Forever Alone. In: *Know Your Meme* [online]. 2010 [cit. 2016-11-27]. Dostupné z: <http://knowyourmeme.com/memes/forever-alone>.

⁹⁰ Challenge Accepted. In: *Know Your Meme* [online]. 2010 [cit. 2016-11-27]. Dostupné z: <http://knowyourmeme.com/memes/challenge-accepted>.

⁹¹ Close Enough. In: *Know Your Meme* [online]. 2010 [cit. 2016-11-27]. Dostupné z: <http://knowyourmeme.com/memes/close-enough>.



Obrázek 19: Komiks s použitím Rage Faces.

Rage Comics, jak se také tato skupina označuje, se stal oblíbeným způsobem sdělování zážitků. Dokonce existují i stránky pro tvorbu těchto komiksů jako například ragemaker.net nebo ragegenerator.com nabízející základní strukturu komiksu, Rage Faces a možnost vložit vlastní obrázek nebo text.

Ne všechny memy kategorie Rage Faces zobrazují postavu nakreslenou pomocí pár tahů s anonymním obličejem. Některé obrázky jsou inspirovány skutečnými fotografiemi lidí se specifickým výrazem nebo postojem. Kresba je sice jednoduchá, ale zachycuje hlavní rysy postavy. Obličej už nejsou schematické a anonymní, ale odkazují k reálným osobnostem nebo filmovým postavám. Pro lepší názornost lze tento typ obrázkových memů popsat na memu Not Bad⁹². Mem vznikl na základě fotografie amerického prezidentského páru Baracka a Michelle Obamových z roku 2011, na které mají překvapený výraz.

⁹² Doslovný překlad spojení „Not Bad“ zní „není špatné“, spíše by se ale hodilo slovo „ucházející“.



Obrázek 20: Fotografie Baracka a Michelle Obamových z roku 2011.

Jejich výraz je tak silný, že i po překreslení je mimika stále jasná. Nejprve vznikl v roce 2011 mem na základě výrazu Baracka Obamy, který se jmenuje také Obama Rage Face, později se objevil i druhý, znázorňující Michelle Obamovou. Mem se používá jako vyjádření příjemného potěšení nebo v reakci na výsledek, který předčil očekávání.⁹³



Obrázek 21: Mem „Not Bad“.

⁹³ Obama Rage Face/Not Bad. In: *Know Your Meme* [online]. 2011 [cit. 2016-11-27]. Dostupné z: <http://knowyourmeme.com/memes/obama-rage-face-not-bad>.

3.3 Využití obrázkových memů

Internetové memy v podobě obrázků mohou mít mnoho podob a variant. Jaká je ale jejich funkce a k čemu slouží?

Jak již bylo několikrát zmiňováno, pomocí obrázkových memů se šíří humorná zpráva, ať už založená na něčí zkušenosti nebo vzniklá propojením více kontextů. Dokáže-li mem zaujmout jednoho uživatele, podělí se o něj s dalšími a dalšími internetovými uživateli, a to za účelem zábavy. Uživatel může také vědomě vyhledávat stránky nabízející obrázkové memy a jejich prohlížení se stává způsobem trávení volného času. Stejně tak může uživatel vytvářet nové repliky a přispívat na webové stránky s cílem pobavit ostatní uživatele. Jedná se tedy o využití memů za cílem zábavy, stejně jako čtení knihy nebo sledování filmu. Zajímavé je, že webové stránky nabízející memy spojují uživatele z různých zemí a různých věkových skupin, kteří se vzájemně neznají. Zatímco při četbě knihy víme, kdo je jejím autorem, při prohlížení obrázkových memů to tak úplně není. Uživatelé vystupující pod přezdívkami jsou sice dohledatelní, jejich sdílený mem ale může být převzatý a autor se tak stává anonymním.

V případě, že prohlížení a sdílení memů se stane záměrné a cílem uživatele je podělit se o zkušenost nebo reagovat na jiný mem, přechází využití od oblasti zábavy do komunikace. Tvrzení, že zveřejnění obrázku na internetu je způsobem komunikace, může někomu připadat nepravděpodobné. Ale už samotný akt zveřejnění a sdílení čehokoli na internetu, stejně tak jako na jakémkoli jiném druhu veřejného prostoru, je za účelem oslovit jiné lidi, tedy komunikovat s nimi. Další otázkou, která se v souvislosti s tímto tvrzením může objevit, je, jak může být komunikace založená na sdílení obrázků efektivní. Jedná-li se však o sdílení memů, které jsou známé všem účastníkům komunikace, je právě pomocí obrázku řečen kontext zprávy, a tudíž jsou uživatelé schopni na základě svých znalostí memů interpretovat obsah takovým způsobem, jakým komunikant zamýšlel.⁹⁴

Použití obrázkových memů jako způsobu komunikace má opět více podob. Za prvé jde o možnost sdělit nějakou zkušenost nebo zážitek. Pomocí stručného textu, ať už mimo obrázek nebo přímo vloženého v něm, popíše uživatel situaci a navíc jí dodá díky obrázku způsob sdělení, jak celá situace působila – například ironicky, trapně nebo nevhodně.

⁹⁴ BUCHEL, Branislav. *Internet Memes as Means of Communication*. Brno, 2012.

Pomocí ustáleného obrázkového memu tak dokáže uživatel sdělit i to, co by se dalo popsat velmi komplikovaně.

Uživatelé nepoužívají obrázkové memy pouze jako sdělení, ale také jako reakci, ať už tím sdělují svůj názor na nějakou událost či informaci na internetu nebo sdělením memu odpovídají v konverzaci. Pomocí obrázku dokážou vystihnout své stanovisko a sdělit tak svůj názor. Skupina obrázkových memů používaných za tímto účelem má název Reaction Images⁹⁵. Memy s tímto označením vykreslují nějakou emoci nebo reakci na něco, co bylo řečeno. Běžně jsou používány v internetových konverzacích – od soukromých až po hromadné diskuse na webových stránkách. Za jejich předchůdce se dají považovat emotikony, které mají podobnou funkci, totiž zobrazit emoci pomocí obrázku, v tomto případě zjednodušeného obličeje.⁹⁶ Reaction Images tuto funkci překonávají a navíc odkazují na určitou situaci, která je zpodobněna právě obrázkovým memem. Jako většina obrázkových memů, i tento druh při odkazování na konkrétní náladu čerpá z filmů, seriálů nebo videoklipů. Dobře se to dá popsat na příkladu memu s názvem Dawson Crying⁹⁷. Jedná se o fotografii (i GIF), která zachycuje herce Jamese Van Der Beeka ztvárňujícího seriálovou postavu Dawsona Leeryho v seriálu Dawsonův svět. Ve scéně, ze které mem pochází, je Dawson odmítnut dívkou, načež se rozbrečí. Výrazná mimika herce inspirovala vznik memu, pomocí kterého uživatelé ironicky reagují na zdánlivě smutnou situaci nebo banální neúspěch, ať už vlastní nebo cizí.⁹⁸

⁹⁵ „Reaction Images“ může být přeloženo jako „reagující obrázky“.

⁹⁶ Reaction Images. In: *Know Your Meme* [online]. 2010 [cit. 2016-11-29]. Dostupné z: <http://knowyourmeme.com/memes/reaction-images>.

⁹⁷ „Dawson Crying“ znamená v překladu „brečící Dawson“.

⁹⁸ Reaction Images. In: *Know Your Meme* [online]. 2010 [cit. 2016-11-29]. Dostupné z: <http://knowyourmeme.com/memes/reaction-images>.



Obrázek 23: Meme Dawson Crying vytvořený ze scény seriálu Dawsonův svět.

Reakce herce Jamese Van Der Beeka na to, že je jeho obličej součástí memu, byla zajímavá. Využil totiž principu šíření memů a popularity Reaction Images a v roce 2011 vytvořil vlastní stránku s názvem James Van Der Memes⁹⁹, kde nabízí desítky GIFů vyjadřujících různé reakce.¹⁰⁰

Součástí Reaction Images jsou memy pojmenované My Face When¹⁰¹. Jde o podobný princip, kdy obrázek ilustruje výraz uživatele, který při komunikaci na internetu není vidět. Samotná fráze My Face When je slovní spojení běžně používané na diskusních fórech.¹⁰²

V čem je tedy specifická komunikace, při které se používají obrázkové memy? Komunikace je neverbální a nepřímá, odehrávající se ve virtuálním prostoru, což je ale v současnosti běžné. Obrázkové memy však doplňují do komunikace další faktor, který některým uživatelům mohl chybět – díky často přehnaně expresivním výrazům obličeje na fotografiích vylíčí svůj vlastní výraz v popisované události. Také se proměňuje běžné

⁹⁹ Reaction Images. In: *Know Your Meme* [online]. 2010 [cit. 2016-11-29]. Dostupné z: <http://knowyourmeme.com/memes/reaction-images>.

¹⁰⁰ James Van Der Memes. *James Van Der Memes* [online]. 2011 [cit. 2016-11-29]. Dostupné z: <http://jamesvandermemes.tumblr.com/>.

¹⁰¹ Český překlad fráze „My Face When“ zní „můj výraz když“.

¹⁰² My Face when. In: *Know Your Meme* [online]. 2011 [cit. 2016-11-29]. Dostupné z: <http://knowyourmeme.com/memes/my-face-when>.

schéma, když uživatel sdílí svůj zážitek na internetové stránce s dalšími, anonymními uživateli.

Popularitu nového fenoménu začal využívat i komerční svět. Jak již bylo zmíněno na příkladu kampaně firmy T-Mobile, s pomocí memu se dokáže reklama šířit mezi uživateli, aniž by firma platila za její vysílání. Uvedený příklad je imitací na videomem, nicméně i obrázkové memy byly využity v propagaci firmy. Jako ukázka poslouží kampaň české firmy Kofola z roku 2015, ve které použila šišlajícího psa. Nápad na reklamu je inspirován internetovým memem Phteven¹⁰³ neboli Tuna the Dog¹⁰⁴, který vznikl z fotografie psa s předkusem. Potom, co se fotografie psa jménem Tuna v roce 2011 objevila na internetu, stala se internetovým hitem. Jméno Phteven dostal tento mem až v roce 2013, když pomocí něj uživatel popsal svůj zážitek, kdy servírka zkomolila jeho jméno. Fotografie psa zde použil jako ilustraci k obtížné vyslovitelnosti špatně napsaného jména.¹⁰⁵



Obrázek 24: Použití původního memu Tuna the Dog, díky kterému získal jméno Phteven, popis u obrázku: *Kamarád řekl obsluze u McDonalds, že se jmenuje Stephen, psáno s ph...*

¹⁰³ „Phteven“ je zkomolená verze jména Stephen.

¹⁰⁴ „Tuna the Dog“ znamená v překladu „pes Tuna“.

¹⁰⁵ Phteven/Tuna the Dog. In: *Know Your Meme* [online]. 2013 [cit. 2016-11-29]. Dostupné z: <http://knowyourmeme.com/memes/phteven-tuna-the-dog>.

Šišlavý pes s předkusem se stal hlavní postavou reklamy firmy Kofola v českých i slovenských médiích a kampaň navíc získala ocenění Zlatá Effie. Ale co je podstatnější, reklama měla na sociálních sítích přes 28 milionů zhlédnutí a šišlavý jazyk ve spojení s výrobkem Kofola začal být používán například i číšníci v restauracích, tedy v běžném životě.¹⁰⁶



Obrázek 25: Reklama firmy Kofola se psem Phtevenem.

Obrázkové memy nejsou využívány komerčně pouze formou firemních reklam. Mnohé z nich se staly motivem na běžně používaných předmětech – od oblečení až po hrnky nebo hodinky.

Na uvedených příkladech je patrné, že i využití internetových obrázkových memů se proměňuje a vyvíjí. Od prvotního záměru zábavy uživatelů na internetu, přes využití v komunikaci, kdy se mem stává prostředkem dorozumívání, až po komerční využití. Ve všech případech však slouží k pobavení.

¹⁰⁶ Fofola. *Kofola* [online]. 2015 [cit. 2016-11-29]. Dostupné z: <http://www.kofola.cz/web/history>.

4 Mem jako prostředek umění

Umění je nesporně součástí kultury. Kultura je zase výsledkem tvůrčí lidské činnosti a šíří se memeticky. Obecně tedy platí, že memy obklopující nás každý den, jsou prostředkem kultury. Zaměříme-li se na internetové obrázkové memy, také jistě odráží současnou kulturu a kulturní prostředí. Můžeme ale o těchto obrázcích šířících se po internetu mluvit jako o kultuře v užším slova smyslu, tedy umění?

Pojem „umění“ ve spojení s obrázkovými memy může znít neadekvátně, přesto jsou obrázkové memy na internetu oblíbené, záměrně vyhledávané a dokonce obdivované. Přesto uživatelé tvoří a sdílejí obrázky, které můžou přijít někomu svým vzhledem ošklivé, někomu humorné. V každém případě takové, které dokážou zaujmout pozornost a přivést ho k určitému hodnocení obrázku. S vývojem umělecké tvorby se vyvíjí i pohled na umění a jeho vnímání. Umělci ve svých dílech překračují pomyslné hranice a dávají umění novou podobu, formu nebo myšlenku. Během uplynulých sto let se pojem umění dokázal transformovat do černého čtverce Kazimira Maleviče, do otočeného pisoáru Marcela Duchampa či rozpuštěné krávy naložené ve formaldehydu, která je dílem Damiena Hirsta. Umění navíc vystupuje z galerií a institucí pro něj určených. Lidé opovrhující výstavami současného umění obdivují street artovou scénu a kupují graffiti za stovky tisíc dolarů¹⁰⁷ od Banksyho, anonymního sprejera. Zkusme se podívat i na internetové obrázkové memy z jiného úhlu pohledu – z jeho estetického a uměleckého hlediska.

4.1 Umění nových médií

Avantgardní hnutí 20. století se věnovala „vystoupení z obrazu“, umění se podřizovalo požadavkům doby a umělci pracovali s novými technickými prostředky.¹⁰⁸ Postupně se rozvíjel další stupeň vztahu umění a techniky vedoucí ke vzniku nové umělecké disciplíny – umění nových médií. Pod pojmem umění nových médií se v současnosti skrývá soubor uměleckých praktik vzniklých za využití techniky, jako

¹⁰⁷ Auction Results for Banksy on Artsy. *Artsy* [online]. New York, 2017 [cit. 2017-05-29]. Dostupné z: https://www.artsy.net/artist/banksy/auction-results?sort=-price_realized_dollar,-auction_date&page=3.

¹⁰⁸ RUHRBERG, Karl, WALTER, Ingo F. (ed.). *Umění 20. století*. Praha: Slovart, 2004. S. 616 – 617. ISBN 80-720-9521-8.

například elektronické umění nebo video art. „Novost“ v názvu odkazuje také k výzkumu a experimentu dosud neprobádaných médií v rámci umění, k novosti tvůrčích principů, situací a prostorů.¹⁰⁹

Kultuře 20. století dominují vizuální média jako fotografie, film, video nebo televize. Ve 21. století je už internet, jako další z možných médií, rozšířen natolik, že ovlivňuje podstatu vidění – ovlivňuje kulturu. Informační společnost je charakteristická novým způsobem výroby, konzumace zboží, a novým způsobem komunikace, za čímž stojí digitální technologie – nová média. Výsledkem nových médií jsou i memy. Nejedná se o záměrnou uměleckou činnost a neoznačujeme memy jako umění, ale i tak jsou pro nás výtvarným podnětem, který vnímáme a hodnotíme.

4.2 Nová estetika

Estetika, disciplína zabývající se krásnem, ustanovená v polovině 18. století, procházela změnami a vyvíjela se stejně jako média. Umění bylo spojováno s klasickým pojmem krásy, ale s postupem času filozofové museli řešit otázku, zda jsou všechna umělecká díla krásná a zda vyvolávají pocit libosti.¹¹⁰ A poohlédneme-li se po dílech, která nejsou klasifikovaná jako nejlepší umění doby, tedy po průměrných nebo špatných dílech, označíme je jako něco, co do umění nepatří? Estetik Tomáš Kulka (1948) si také klade otázku, zda je krása a libost podmínkou umění. „*Jsou všechna dobrá umělecká díla skutečně krásná? Co třeba Goyův cyklus Hrůzy války nebo pekelná muka hříšníků zobrazovaná renesančními a barokními umělci? A provází nás při četbě Kafkových románů intenzivní pocity libosti?*“¹¹¹ Velká změna ve vnímání estetiky nastala díky rozvoji konceptuálního umění, kdy umělci záměrně eliminují umění jako nositele estetických hodnot. Postupně se opouštělo od koncepce umění jako něčeho krásného a líbivého a pojem krásy byl nahrazen pojmem estetické hodnoty.¹¹²

¹⁰⁹ BÜSCHER, Barbara, FLAŠAR, Martin, HORÁKOVÁ, Jana a MACEK, Petr. *Umění a nová média*. Brno: Masarykova univerzita, 2011. S. 7 – 9. ISBN 978-80-210-5639-8.

¹¹⁰ MUKAŘOVSKÝ, Jan. *Estetické přednášky*. Praha: Ústav pro českou literaturu AV ČR, 2014. S. 17. ISBN 978-80-85778-77-9.

¹¹¹ KULKA, Tomáš. *Co je umění?: texty angloamerické estetiky 20. století*. Červený Kostelec: Pavel Mervart, 2010. Estetika (Pavel Mervart). S. 13. ISBN 978-80-87378-46-5.

¹¹² Tamtéž, s. 12 – 15.

Nová média nedisponují souborem pravidel, postupů nebo hodnot, jako ta stará. Proto taky není možné uplatňovat na kulturu vzniklou novými médii klasickou estetiku. Umění je v současné době ovlivněno populární kulturou a médii. Proměňuje se názor na to, co je bráno jako umění, a posouvají se hranice estetiky. Co bylo dříve odmítáno jako kýč, využívají umělci ve své tvorbě a výsledkem je „preventivní kýč“. Umění se někomu může zdát drzé, ale i tato prostořekost začíná být institucionalizována. Estetickému vnímání postmoderního umění a kýče jako uměleckého díla se věnuje britský filozof a estetik Roger Scruton (1944), který říká, že umění a populární kultura existují na stejné úrovni. Definuje tuto novou estetiku jako estetiku „*nesmyslů a odpadků – estetika pošetilého, hloupého, s nádechem stagnující pomíjivosti, estetika smývatelného líčení na tváři klauna.*“¹¹³

Jedním z hlavních témat nové estetiky je jakási spolupráce umění a technologie. Technologie umožnila nové nazírání na obraz například pomocí pixelů, které umožňuje odhalit hranici mezi reálným a digitálním obrazem, mezi tím, co lidé vidí a co vytvoří stroj. A nová vizualizace reality v pixelech nezůstává jen ve virtuálním světě, ale inspiruje i tvorbu umělců.¹¹⁴ Díky tomu se nová estetika nových médií dostává mimo svou původní oblast a stává se všudypřítomnou.

4.3 Estetika memů

Pokud jsou obrázkové internetové memy ukázkou umění nových médií, odráží také novou „digitální estetiku“, která spojuje zdánlivě neslučitelné věci – estetiku a interaktivní prostředí internetu.

Kultura memů může být charakterizována i pro svou estetickou hodnotu. Co je pro memy a jejich vzhled typické? Většina obrázkových memů působí amatérsky a jejich provedení značně nedbale. Při jejich vzniku jsou hlavními technikami kresba pomocí myši v základním kreslicím programu, špatná gramatika a necitlivá manipulace při úpravě fotografií. Dokonce i uživatelé, kteří mají zkušenosti s prací v grafických

¹¹³ SCRUTON, Roger. *Estetické porozumění: eseje o filozofii, umění a kultuře*. Brno: Barrister, 2005. Studium (Barrister). S. 145. ISBN 80-859-4792-7.

¹¹⁴ BRIDLE, James. #sxaesthetic. In: *Book Two* [online]. 2012 [cit. 2016-12-06]. Dostupné z: <http://booktwo.org/notebook/sxaesthetic/>.

počítačových programech, záměrně vytváří obrázky ošklivé a nekvalitní. Vzhledem internetových memů se zabývá Nick Douglas, který tento kulturní dialekt internetových memů nazývá Internetová ošklivost.¹¹⁵

4.3.1 Internetová ošklivost

Internetová ošklivost je jednou z hlavních charakteristik definujících internetové memy, ale samozřejmě ne jedinou. Nepřitažlivý vzhled memů je vedlejším produktem internetu a jeho výhod, jako je rychlost a propojitelnost velkého počtu uživatelů. Příčinu, proč má většina memů podobu amatérské až dětské práce, můžeme nalézt v prostředí, kde většina memů vznikla a odkud se rozšířila, totiž na webové stránce 4chan¹¹⁶. Tato stránka má podobu diskusního fóra, kde se uživatelé pohybují v anonymitě. Vzhledem k tomu, kolik uživatelů se diskuse účastní a jak rychle se diskuse rozvíjí, není možné příspěvky ukládat a dochází k jejich mazání. V případě, že by uživatel strávil několik hodin tvorbou obrázku, který by byl graficky kvalitní, nenašel by už část diskuse, na kterou chtěl reagovat. Potřebě rychle vytvořit mem odpovídá i způsob práce a výsledek. Obrázkové memy s nekvalitní grafikou ale nejsou pro svůj vzhled odsuzovány, naopak pobaví uživatele ještě více a navíc jejich vizuální chyby jsou oceňovány.¹¹⁷

Další sociální síť určené ke sdílení memů, jako je například Reddit¹¹⁸ nebo 9gag,¹¹⁹ jsou založeny na hodnocení memů a uživatelé podporují ty, kde je vidět snaha a propracovanost, což eliminuje ošklivost memů. Nicméně rychlá možnost originální odpovědi, která vyžaduje mem nakreslit, ne pouze zkopírovat, má u uživatelů přednost. Navíc většina obrázkových memů na těchto stránkách je parodií a přiklání se ke grotesce, tedy žánru, kde neuměle vytvořená kresba podtrhuje humorné sdělení.

¹¹⁵ DOUGLAS, Nick. It's Supposed to Look Like Shit: The Internet Ugly Aesthetic. In: *Journal of Visual Culture*[online]. 2014 [cit. 2016-11-30]. ISSN 1741-2994. Dostupné z: <http://vcu.sagepub.com/content/13/3/314.full.pdf+html>.

¹¹⁶ Název 4chan je odvozený od podobné japonské stránky 2chan. „Chan“ je zkratkou pro „channel“ tedy kanál (ve smyslu např. televizní kanál, program).

¹¹⁷ DOUGLAS, Nick. It's Supposed to Look Like Shit: The Internet Ugly Aesthetic. In: *Journal of Visual Culture*[online]. 2014 [cit. 2016-11-30]. ISSN 1741-2994. Dostupné z: <http://vcu.sagepub.com/content/13/3/314.full.pdf+html>.

¹¹⁸ Název „Reddit“ je slovní hrou, kdy jeho výslovnost je podobná slovnímu spojení ve větě „I read it“, já jsem to četl. Navíc slovo „reddit“ existuje v latině a znamená předložit něco k posouzení a schválení.

¹¹⁹ Název „9gag“ je složen z čísla 9 a slova „gag“ neboli vtip. Ačkoli dnes stránka 9gag nabízí nekonečnou řadu memů, v jejich začátcích zobrazovala najednou vždy 9 obrázků.

Rozhodně ne všechny stránky určené ke sdílení obrázků podporují jejich záměrně ošklivou podobu. Sociální sítě jako Pinterest¹²⁰ nebo Instagram¹²¹ naopak vyzývají k tvorbě „krásných“ obrázků.

Pokud bychom měli popsanou situaci shrnout a pojem „internetová ošklivost“ obecně charakterizovat, můžeme ho popsat jako řízeně amatérskou estetiku. Umožňuje i amatérům zapojit se do diskusí, satirizovat a glorifikovat ošklivost jako autentičnost.¹²²

4.3.2 Úspěšnost ošklivých obrázkových memů

Produkce amatérských obrázků je vysvětlena na potřebě rychlé odpovědi. Ale díky šíření tohoto fenoménu a stále častějšímu používání k tomu určených sítí, vznikají webové stránky nabízející jednoduchý a rychlý způsob tvorby obrázkových memů, kdy uživatel vybírá z galerie oblíbených memů, upravuje je pomocí připravených nástrojů a dokonce k nim může nahrát vlastní obrázek. Proces tvorby je výrazně urychlen, nicméně vzhled je zachován.

Co je tak přitažlivého na nejjednodušším způsobu kresby panáčka, na hrubě nakreslených obličejích a úpravě jejich tváří na základě kopírování a vložení obrázku bez jeho další retuše? Ošklivost internetových memů se týká většiny druhů, nejlépe se však tato situace dá popsat na skupině memů s označením Rage Faces, která je zmíněna výše. Jejich využití k popisování osobních zážitků je pochopitelné – jednak umožní uživateli výstižněji a stručněji popsat, co se přihodilo, a navíc je to poutavý způsob, jak zaujmout další uživatele, kteří by si popsané události bez použití memu nevšimli nebo by je neupoutala. Pouhý fakt, že jejich tvorba je tak rychlá a jednoduchá, není dostatečný důvod pro jejich popularitu. Důvodem oblíbenosti a šíření jsou možnosti a způsoby používání, které tyto memy nabízí uživatelům. I když bychom očekávali, že s většími možnostmi v oblasti počítačové grafiky se bude vylepšovat i vzhled graficky vytvořených memů, Nick Douglas vidí popularitu internetové ošklivosti právě jako reakci na vyspělou

¹²⁰ „Pinterest“ vznikl spojením anglických slovíček „pin“, tedy špendlík, přišpendlit, a „interest“, které znamená zájem, koníček. Na stránce uživatelé tvoří sbírku obrázků s určitým tématem svého zájmu podobající se nástěnce.

¹²¹ Slovo „instagram“ je spojením začátku anglického slova „instant“ neboli okamžitý a koncovky „gram“ znamenající zprávu. Jde o sociální síť umožňující sdílet své fotografie, upravovat je a hodnotit.

¹²² DOUGLAS, Nick. It's Supposed to Look Like Shit: The Internet Ugly Aesthetic. In: *Journal of Visual Culture*[online]. 2014 [cit. 2016-11-30]. ISSN 1741-2994. Dostupné z: <http://vcu.sagepub.com/content/13/3/314.full.pdf+html>.

technologii. Podle něj v prostředí, kde je možné přesně zkopírovat informaci a vytvořit dvě totožné repliky, je lidská schopnost nebo spíše neschopnost vytvořit dokonalou kopii výrazu v obličeji oslavována.¹²³

4.3.3 Oslava internetové ošklivosti

Nevzhledné internetové obrázky jsou úspěšné z několika důvodů, mimo jiné jednoduše uživatele svým neumělým vzhledem pobaví. Sdílení nedokonalých grafických prvků na internetu vede až k jakémusi velebení lidské chybovosti. Dokonce za tímto účelem vznikají obrázkové memy, kterými na svůj nepovedený výsledek práce uživatel nejen poukazuje, ale určitým způsobem se jím i chlubí. Například je tu mem Nailed it¹²⁴, skládající se většinou ze dvou fotografií – z originálního výtvaru, který byl záměrem práce, a z autorovy fotografie jeho vlastní práce. Na druhé z fotografií je většinou výrobek v porovnání s originálem nepovedený, je to tedy důkaz, že práce se nezdařila podle očekávání. Dvojice obrázků je navíc doplněná o hlášku „Nailed it!“, čímž uživatel sdílející mem dává ostatním najevo, že je na svůj výsledek pyšný.

¹²³ DOUGLAS, Nick. It's Supposed to Look Like Shit: The Internet Ugly Aesthetic. In: *Journal of Visual Culture*[online]. 2014 [cit. 2016-11-30]. ISSN 1741-2994. Dostupné z: <http://vcu.sagepub.com/content/13/3/314.full.pdf+html>.

¹²⁴ Slovní spojení „Nailed It“ má v tomto kontextu jiný než doslovný překlad, totiž úspěšně splnit úkol, kdy výsledek je podle uživatele dokonalejší než plánovaná verze.



Obrázek 26: Ukázka memu „Nailed it“.

„Nailed it“ je fráze vyjadřující úspěch po splnění něčeho patrně obtížného jednoduchou cestou, čemuž odpovídá také výsledek. Může být použita jako mem Image Macro nebo jako sarkastický komentář nezdařené práce, většinou pokusu o napodobení dekorace nebo receptu, jako je uvedeno na příkladu výše.¹²⁵

Internetová ošklivost, jak už je obsaženo v samotném názvu, se objevuje především na internetu a memy bychom mohli označit za internetové lidové umění. Reflektuje kulturu webových stránek, na kterých memy vznikly a utvářely se.¹²⁶ A stejně jako jakákoliv jiná kultura se také vyvíjí a bude se proměňovat. Uživatelé používají moderní počítačové grafické programy a vytváří programy určené k tvorbě memů, které nejsou primitivnější nebo podřadnější než jiné internetové programy. Stejně tak v budoucnu budou používat vyspělejší technologie a grafické možnosti. Ale pomocí nich budou zpochybňovat standardy a možnosti, kterých technologie může dosáhnout – budou dál utvářet estetiku internetové ošklivosti.

¹²⁵ Nailed it. In: *Know Your Meme* [online]. 2011 [cit. 2016-11-30]. Dostupné z: <http://knowyourmeme.com/memes/nailed-it>.

¹²⁶ DOUGLAS, Nick. It's Supposed to Look Like Shit: The Internet Ugly Aesthetic. In: *Journal of Visual Culture* [online]. 2014 [cit. 2016-11-30]. ISSN 1741-2994. Dostupné z: <http://vcu.sagepub.com/content/13/3/314.full.pdf+html>.

Praktická část

Praktická část diplomové práce vychází z její teoretické části zaměřené na obrázkové memy, jejich vznik a využití principu memů. Výsledkem praktické části je didaktický projekt zaměřený na grafickou tvorbu pro studenty středních škol. Pro přípravu didaktického projektu pro mě bylo potřebné nastudovat si nejen jednotlivé aspekty takového projektu, ale znát i vývoj a historii projektového vyučování. Projekt samotný není cílem, ale prostředkem, jak seznámit studenty s novými grafickými technikami a propojit výuku výtvarné výchovy s novými médii a fenoménem memu. Navíc nabízí studentům prostor pro vlastní tvůrčí zapojení – od promýšlení konceptu memu až po samotné výtvarné vyjádření.

5 Didaktický projekt

Výchovně vzdělávací proces prochází v 21. století proměnami, ať už se jedná o schválení kurikulárního dokumentu Rámcového vzdělávacího programu, formulaci cílů nebo kladení důrazu na rozvoj klíčových kompetencí žáků.¹²⁷ Jednou z inovací v pojetí role učitele, ale i žáka, je projektová výuka. Didaktický projekt je dlouhodobá, plánovaná a organizovaná činnost, která vede ke konkrétním výsledkům a je realizací nějakého úmyslu.¹²⁸ Díky uplatnění projektů ve výuce dochází k rozvoji osobnosti žáka ve všech jeho rovinách – působí na oblast emocionální, motivační, volní, kognitivní i sociální.¹²⁹

Výtvarný projekt rozvíjí téma v mnoha rovinách a etapách, které gradují a dále se rozvíjí různými směry. Zdařilý projekt, kdy je žák jeho aktivním spolutvůrcem, je pro žáka cennou zkušeností v rovině osobnostního poznání. Díky řazení námětů je výuka projektována do větších celků, a práce žáků na tématu tak není povrchní.¹³⁰ Projekty ve

¹²⁷ KRATOCHVÍLOVÁ, Jana. *Teorie a praxe projektové výuky*. Masarykova univerzita. Brno 2006. s. 7. ISBN: 80-210-4142-0.

¹²⁸ ŠOBÁŇOVÁ, Petra. *Kapitoly z didaktiky výtvarné výchovy*. Univerzita Palackého v Olomouci. Olomouc, 2006. s. 33. ISBN: 80-244-1469-4.

¹²⁹ KRATOCHVÍLOVÁ, Jana. *Teorie a praxe projektové výuky*. Masarykova univerzita. Brno 2006. s. 13 - 18. ISBN: 80-210-4142-0.

¹³⁰ ŠOBÁŇOVÁ, Petra. *Kapitoly z didaktiky výtvarné výchovy*. Univerzita Palackého v Olomouci. Olomouc, 2006. s. 35 – 36. ISBN: 80-244-1469-4.

výtvarné výchově umožňují vytvářet smysluplný plán činností rozvíjející celý komplex dispozic dětí.¹³¹

Současné pojetí výtvarné výchovy podporuje každého, aby přirozeně, vzhledem ke svému schopnostem, rozvíjel svou osobnost. Žák si díky vhodně zařazenému a správně provedenému projektu dokáže utvářet svébytný postoj nejen k vlastnímu výtvarnému projevu, ale také k tomu, co ho obklopuje. Nové náměty a jejich propojování do logicky provázaných struktur, výtvarné prožívání a myšlení nebo hledání osobitých forem výtvarného vyjadřování nabízí „most“ k přechodu od dětského výtvarného projevu k výtvarnému tvoření v dospívání.¹³²

5.1 Vývoj projektové výuky

Projekt byl jako výuková metoda vnímán už v 17. století ve Francii a Itálii, ale pouze na vysokých školách. Teprve od 19. století začaly být projekty uplatňovány i na nižších stupních vzdělávání. Nicméně projektová výuka obecně má základy v práci J. Deweye a W. H. Kilpatricka a v jejich reformním hnutí přelomu 19. a 20. století, kdy se základními pojmy stává zkušenost a experiment. Podle J. Deweye měla být škola propojena se životem. Místo úkolů abstraktní povahy se měly děti učit přímo životem. A právě to jsou základy projektové výuky – řešení problému, hledání smyslu činnosti, směřování k získaným zkušenostem a realizaci smysluplného díla.¹³³ V době svého vzniku byly projekty považovány za výukové metody, v současnosti se na ně nahlíží spíše jako na koncepce vyučování.¹³⁴

Česká reformní pedagogika má kořeny už v myšlenkách J. A. Komenského, ke kterým se hlásili například F. Mužík nebo B. Hrejsová na počátku 20. století. Až V. Příhoda v období tzv. první republiky se pokusil o kompletní proměnu školy. Ve škole

¹³¹ HAZUKOVÁ, Helena. Nová pojetí výtvarné výchovy, plán a výtvarné projekty. In: *RVP* [online]. 2006 [cit. 2016-12-01]. Dostupné z: <http://clanky.rvp.cz/clanek/c/p/629/NOVA-POJETI-VYTVARNE-VYCHOVYPLAN-A-VYTVARNE-PROJEKTY.html/>.

¹³² ROESELVÁ, Věra. *Řady a projekty ve výtvarné výchově*. SARAH. Praha, 1997. s. 25. ISBN: 80-902267-2-8.

¹³³ KRATOCHVÍLOVÁ, Jana. *Teorie a praxe projektové výuky*. Masarykova univerzita. Brno 2006. s. 25 - 28. ISBN: 80-210-4142-0.

¹³⁴ HAZUKOVÁ, Helena. Nová pojetí výtvarné výchovy, plán a výtvarné projekty. In: *RVP* [online]. 2006 [cit. 2016-12-01]. Dostupné z: <http://clanky.rvp.cz/clanek/c/p/629/NOVA-POJETI-VYTVARNE-VYCHOVYPLAN-A-VYTVARNE-PROJEKTY.html/>.

šlo o skutečný výsledek práce, s čímž souvisely metody projektové a problémové. Dalšími významnými představiteli reformní pedagogiky u nás jsou S. Vrána a J. Uher, jehož idea činné školy ovlivnila školství 30. let. Vývoj školství byl přerušen událostmi konce 30. let, 2. světovou válkou a neobnovil se ani v poválečném období, kdy se k moci dostala Komunistická strana.¹³⁵

Se změnou politických a společenských poměrů po roce 1989 se mění i pohled na vzdělávání a vznikaly alternativní školy. Řešení projektů do výuky začíná zařazovat Igor Zhoř. Karla Cikánová se věnuje zřetězení výtvarných celků.¹³⁶ Díky vlastní aktivitě učitelů a jejich uskupení s názvem Přátelé angažovaného učení se projektová výuka začala dostávat do některých škol. Od roku 1995 u nás vznikaly odborné texty věnující se projektovému učení, jejichž autory byli mimo jiné J. Skalková, J. Maňák, E. Lukavská nebo M. Vybíral. Diskuse o zapojení projektové výuky do škol se stále rozšiřovala, například v roce 2000, kdy proběhla internetová diskuse na toto téma vedená odborníky i praktiky.¹³⁷

5.2 Znaky a přínosy didaktického projektu

Celý vyučovací proces je založen na pedagogické komunikaci, která pomáhá vychovávat a vzdělávat. Při projektové výuce je tato komunikace chápána jako výměna informací mezi účastníky projektu. Pro projektovou výuku je specifické, že osobou, která vychovává a vzdělává, už není pouze pedagog, ale i samotný žák. Dominantní role pedagoga ustupuje do pozadí ve prospěch prostoru pro komunikaci mezi žáky. Změna komunikace se odráží i na jejím obsahu. Vedle sdělování faktů, informací a hodnocení dochází i ke sdělování emocí, postojů a hodnot.

Přínosem projektové výuky je, že vede žáky k všestranné, účinné a otevřené komunikaci. Další výhody této metody formulované V. Příhodou jsou, že projektová výuka není závislá na učebnicích, vede k tvoření úsudků na základě zkušenosti,

¹³⁵ KRATOCHVÍLOVÁ, Jana. *Teorie a praxe projektové výuky*. Masarykova univerzita. Brno 2006. s. 29 - 31. ISBN: 80-210-4142-0.

¹³⁶ ROESELVÁ, Věra. *Řady a projekty ve výtvarné výchově*. SARAH. Praha, 1997. s. 29. ISBN: 80-902267-2-8.

¹³⁷ KRATOCHVÍLOVÁ, Jana. *Teorie a praxe projektové výuky*. Masarykova univerzita. Brno 2006. s. 32 - 33. ISBN: 80-210-4142-0.

zjednodušuje učení tím, že drobná fakta jsou odvozována z velkých a navíc jsou fakta zařazována na konkrétní místo v pracovním pochodu.¹³⁸ Téma projektů je otevřené, což znamená, že i žáci mají vliv na jeho výběr. Mělo by souviset s mimoškolní skutečností. Předpokladem je, že děti jsou na projektu zainteresovány, jsou vnitřně motivovány, pracují se zájmem a činnost je baví. Výsledek projektu má nejen skutečnou podobu nějakého řešení problematiky, výsledkem je také rozvoj v oblasti sociálního učení.¹³⁹

Tvrdit, že projektová výuka je pouze výhodná, by bylo nepřesné. Mezi nevýhody patří například náročnost požadavků na studenta, časová náročnost, potřeba dohledu nad projektem a obtížné je i hodnocení projektu a práce žáků.¹⁴⁰

5.3 Výtvarný projekt #můjmem

Praktickou částí diplomové práce je projekt pojmenovaný #můjmem. Projekt je zaměřený na fenomén memů, konkrétně obrázkových, které jsem popisovala v teoretické části. Název projektu #můjmem odkazuje k jednomu z písemných memů objevujícího se především na sociálních sítích - hashtagu.¹⁴¹

Projekt vychází ze zadání Rámcového vzdělávacího programu pro gymnázia pro očekávané výstupy žáků. Konkrétně se jedná o část *Znakové systémy výtvarného umění*, kde jsou formulovány požadavky, aby žák samostatně experimentoval s různými vizuálně obraznými prostředky a při vlastní tvorbě uplatnil také umělecké vyjadřovací prostředky současného výtvarného umění. Pro dosažení tohoto cíle se má obsah výuky zaměřit mimo jiné na „*výtvarné umění jako experimentální praxe z hlediska inovace prostředků, obsahu a účinku, vývoj uměleckých vyjadřovacích prostředků podstatných pro porozumění aktuální obrazové komunikaci, požadavek a meze obecné srozumitelnosti, vliv reklamy, masovost a autenticita projevu (pop-art, televize, nová média – akční umění, postmodernismus), citace a metaznak (postmodernismus), moduly a jejich spojování*“.

¹³⁸ Tamtéž, s. 50.

¹³⁹ HAZUKOVÁ, Helena. Nová pojetí výtvarné výchovy, plán a výtvarné projekty. In: *RVP* [online]. 2006 [cit. 2016-12-01]. Dostupné z: <http://clanky.rvp.cz/clanek/c/p/629/NOVA-POJETI-VYTVARNE-VYCHOVYPLAN-A-VYTVARNE-PROJEKTY.html/>.

¹⁴⁰ KRATOCHVÍLOVÁ, Jana. *Teorie a praxe projektové výuky*. Masarykova univerzita. Brno 2006. s. 51. ISBN: 80-210-4142-0.

¹⁴¹ Hashtag je označení pro symbol „#“.

rekombinace, struktury (umění nových médií).¹⁴² Další oblastí, se kterou se v projektu pracuje, je *Umělecká tvorba a komunikace*, která mezi učivo zahrnuje „*umění jako proces tvorby nových, sociálně dosud nezakotvených znaků; role umělce v societě; publikum a jeho účast v uměleckém procesu; sociální a technologické proměny dneška (nové technologie, nové umělecké disciplíny a jejich obsahy) a jejich vliv na úlohu komunikace v uměleckém procesu; subjektivní chápání uměleckých hodnot ve vztahu k hodnotám považovaným za společensky uznávané.*“¹⁴³

Vzhledem k realizaci projektu na konkrétní škole navazuje projekt na Školní vzdělávací program. Podle Školního vzdělávacího programu Gymnázia Pardubice je předmět výtvarná estetická výchova zaměřen na rozvíjení průřezových témat osobnost a sociální výchova, výchova k myšlení v evropských a globálních souvislostech a mediální výchova, kterou rozvíjí i projekt #můjmem.¹⁴⁴ Cílem výtvarného projektu je i rozvoj klíčových kompetencí formulovaných ve Školním vzdělávacím programu:

- *kompetence k učení: Vedeme žáky k samostatné přípravě a učení. Motivujeme žáky ke kritickému hodnocení své práce.*
- *kompetence k řešení problémů: Podporujeme tvůrčí přístup k práci. Rozvíjíme otevřenost žáků k různému přístupu k řešení práce.*
- *kompetence komunikativní: Vedeme žáky k osobitému vyjádření pojmů, vytváříme prostor pro diskusi a obhajobu vlastních názorů. Během aktivit motivujeme žáky ke vzájemné spolupráci. Vedeme žáky k práci se symbolickým a grafickým vyjádřením. Pracujeme s moderní informační technologií.*
- *kompetence společenská: Vedeme žáky k práci v týmu, kde si žák hledá a nachází své pozice, umí pomoci či o pomoc požádat, a tím ovlivňovat i kvalitu společné práce a současně se učí vytvářet a upevňovat dobré mezilidské vztahy.¹⁴⁵*

¹⁴² *Rámcový vzdělávací program pro gymnázia*. [online]. Praha: Výzkumný ústav pedagogický v Praze, 2007. 100 s. [cit. 2017-05-29]. Dostupné z WWW: <http://www.vuppraha.cz/wp-content/uploads/2009/12/RVPG-2007-07_final.pdf>ISBN 978-80-87000-11-3. S. 56.

¹⁴³ *Rámcový vzdělávací program pro gymnázia*. [online]. Praha: Výzkumný ústav pedagogický v Praze, 2007. 100 s. [cit. 2017-05-29]. Dostupné z WWW: <http://www.vuppraha.cz/wp-content/uploads/2009/12/RVPG-2007-07_final.pdf>ISBN 978-80-87000-11-3. S. 56.

¹⁴⁴ Školní vzdělávací program. *Gymnázium Pardubice* [online]. Pardubice, 2009 [cit. 2017-05-29]. Dostupné z: http://old.gypce.cz/files/dokumenty/SVP_4lete.pdf. S. 360.

¹⁴⁵ Tamtéž, s. 361.

5.3.1 Kontext a didaktické uchopení projektu #můjmem

Projekt je pro studenty střední školy ve věku 15 až 16 let, tedy studenty v období dospívání a adolescence. Co se týče výtvarného vývoje v tomto věku, studenti buď překonali nepříjemnou stagnaci, nebo se už vlastní výtvarné činnosti nevěnují. Mnozí se přiklání k ateliérové výuce a tvorbě podle skutečnosti. Ti, kteří mají potřebu dobře zvládat výtvarné techniky, se zaměřují na složitější grafické postupy.¹⁴⁶ Proto i tento projekt nabízí studentům grafické techniky, které nejsou běžně ve školní výuce zařazeny. Téma projektu je také aktuální, blízké této věkové skupině a propojené s novými médii, která studenti každodenně používají.

Projekt obsahuje dvě roviny – rovinu plánování činností a rovinu vlastní realizace plánu.¹⁴⁷ Oproti běžnému výtvarnému projektu, kdy plánování probíhá formou spolupráce učitele s žáky, je tento projekt jiný v tom, že jeho většina byla naplánována mnou. A to z toho důvodu, že se skupinou studentů účastníci se projektu běžně nepracují a nemohu si tak všimnout, jaké oblasti je zajímavé, jakou problematiku by bylo potřeba se skupinou probrat a pomocí jakých problémových úkolů by dokázali lépe rozvíjet své sociální dovednosti. Uvědomuji si tento problém, ale zároveň jsem se ho snažila překlenout samotnou volbou tématu. Většina mladých lidí se pohybuje na internetu každý den, běžně přichází do styku s novými médii a ovlivňuje je také nová estetika. Ačkoli dospívajícím není slovo „mem“ cizí, nemusí si plně uvědomovat, co všechno se pod tímto označením skrývá a jakými způsoby na ně může působit například logo firmy nebo reklamní fotografie. Na druhou stranu v rovině realizace projektu jsem se snažila zapojit studenty do všech aspektů – samotné práce včetně přípravy, průběžné hodnocení práce a vlastní prezentace výsledků činnosti.

5.3.2 Analýza edukačního programu

Na téma obrázkových internetových memů jsem vytvořila projekt skládající se z pěti jednotlivých částí. V průběhu projektu se propojuje několik vrstev – tematická, konceptová a kompetenční. Tematickou vrstvou jsou v tomto případě obrázkové

¹⁴⁶ ROESELVÁ, Věra. *Řady a projekty ve výtvarné výchově*. SARAH. Praha, 1997. s. 25. ISBN: 80-902267-2-8.

¹⁴⁷ ŠOBÁŇOVÁ, Petra. *Kapitoly z didaktiky výtvarné výchovy*. Univerzita Palackého v Olomouci. Olomouc, 2006. s. 33. ISBN: 80-244-1469-4.

internetové memy, jejich rozdělení, vznik a využití. Součástí konceptové složky je problematika memetiky, nových medií, nové estetiky a propagační grafiky. Projekt rozvíjí vedle znalostí a dovedností studentů také klíčové kompetence komunikativní a kompetenci k řešení problémů.

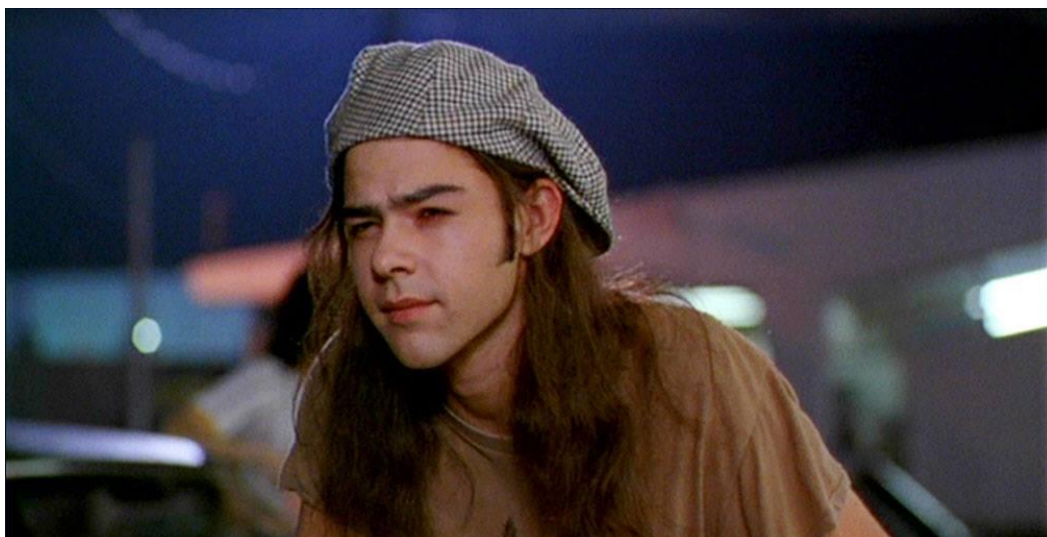
Každá část trvá přibližně devadesát minut a odpovídá tak běžné hodinové dotaci pro výtvarnou výchovu ve školách na týden. Celkově tedy trvá projekt sedm a půl hodiny, které mohou být rozvrženy do pěti týdnů. Tento čas projektu odpovídá ale pouze době, kdy budeme na projektu pracovat všichni najednou během našich setkání. Velká část práce je na studentech samotných mimo prostředí ateliéru, když pracují na daných problémech ať už samostatně nebo ve skupinách. Časový plán pěti devadesátiminutových jednotek je pouze orientační. Udává dobu, kdy je potřeba spolupracovat se studenty, seznamovat je s dalšími aspekty projektu a vyhodnocovat dosaženou práci.

5.3.2.1 Seznámení s memy

Během úvodní jednotky projektu dochází k seznámení s tématem memů. Studenti se dozvědí o principu memů, jejich vlastnostech a způsobech šíření. Více jsou seznámeni s obrázkovými memy, jednotlivými příklady a jejich vznikem, z důvodu potřeby znalostí při projektu.

Získané znalosti studenti aplikují při aktivitě „Poznej mem“, kdy je jim předložena popsána situace, myšlenka nebo zkušenost a oni na základě obsahu přiřazují obrázkový mem. Cílem této aktivity je pochopení principu memů, práce s kontextem popisku a obrázku a porozumění proměny významu při změně obrázkového memu.

V závěru je studentům představen cíl projektu – tvorba obrázkového memu pomocí překreslení scény z filmu, seriálu nebo jiného média odkazující k určité emoci či situaci. Studenti tak mají nejprve vybrat obrázek vystihující situaci a zamyslet se, zda je vhodný jako podklad pro mem. Rozhodují se na základě dobré známosti filmu, herce nebo známé osobnosti, dostatečné expresivity obrázku a jednoduché čitelnosti a srozumitelnosti budoucího memu.



Obrázek 27 - 29: Ukázka studenty vybraných momentů z filmů

5.3.2.2 Tvorba vlastního memu

V úvodu druhé části projektu studenti představí přinesený snímek a snaží se ho „prodat“, takže vysvětlují ostatním, proč se tak rozhodli a jak jejich volba splňuje charakteristiku obrázkových memů.

V tvůrčí fázi studenti vytvoří Rage Image na základě přineseného snímku. Pomocí vytištěného obrázku a folie překreslí charakteristické rysy postavy na obrázku tak, aby kresba byla sice co nejjednodušší, ale aby postava nepůsobila anonymně. Vytvořenou kresbu studenti oskenují, čímž získají obraz, který mohou dále upravovat počítačově pomocí programu Adobe Illustrator. Základním a nejjednodušším způsobem, jak kresbu sjednotit a zbavit nežádoucích zbytečných tahů, je vektorizace. Studenti provádí tento krok pomocí přednastavené vektorizace v programu, kdy v ovládacím panelu zvolí tlačítko „Vektorizovat obraz“.



Obrázek 30 - 33: Výsledek překresleného obrázku po naskenování a vektorizaci

Dalším úkolem, o kterém studenti přemýšlí samostatně, je najít pro zvolený obrázek nový kontext, doplnit ho o svůj zážitek a dát tak při sdílení na internetu jasný podtext jejich zprávy.





Obrázek 34 - 36: Tvorba Image Macro memu z vybraných snímků

5.3.2.3 Distribuce myšlenky

Potom, co studenti chápou koncept memů a jsou schopni zasadit mem do kontextu, jsou seznámeni s propagační grafikou. Teoreticky se dozví, jaké prostředky jsou užívány k distribuci produktu a prakticky si to potom vyzkouší na tvorbě „reklamního“ předmětu propagující jejich nový mem – plátěné tašky. Cílem je porozumění studentů tomu, že i nepatrné hesla nebo obrázky, které vidáme často, se nám ukládají v paměti a tím pádem se šíří jako memy. Vhodný způsob, jak něco distribuovat mimo média je umístit logo nebo obraz viditelně na každodenně používané objekty – oblečení, nádobí, doplňky. Výtvarná činnost se zaměřuje na grafickou techniku sítotisku, pomocí kterého studenti vytvoří potisk vlastního memu na textil.



Obrázek 37: Práce s šablonou na sítotisk, která vznikla vyřezáním grafického přepisu snímku





Obrázek 38 a 39: Práce se sítotiskem





Obrázek 40 a 41: Potištěný textil pomocí sítotisku a studenty vytvořených šablon

Zároveň je zadán větší úkol, na kterém studenti pracují ve dvojicích až trojicích. Zadáním je propagovat událost pomocí použití memů. Konkrétně se jedná o vytvoření návrhu na plakát vlastního maturitního plesu. Studenti jsou nejprve seznámeni se základy počítačové grafické tvorby a se základními náležitostmi, které má plakát mít.



Obrázek 42 a 43: Práce studentů na plakátu

5.3.2.4 Tvorba propagačního materiálu

Studenti prezentují vlastní připravenou práci – plakát na maturitní ples. Vzájemně diskutují nad svými pracemi a na vlastních příkladech zjišťují, jak plakáty působí – jak velkou plochu má zabírat mem, jaká barevnost je vhodná a jak funguje kombinování grafických prvků s textem.

5.3.2.5 Uzavření projektu

Poslední setkání se studenty je věnováno shrnutí celého projektu, jeho jednotlivých aspektů a toho, co si studenti díky projektu odnesli. Součástí setkání je celková prezentace výsledků projektu a slovní hodnocení studentů i moje. Na závěr studenti vyplňují dotazník zaměřený na znalosti ohledně memů, nových médií a šíření informací, který pomáhá vyhodnotit přínos projektu.

5.3.3 Realizace a alterace projektu

Projekt byl realizován převážně v prostorách Východočeské galerie v Pardubicích, konkrétně v ateliéru určeném právě pro tvůrčí výtvarné činnosti. Úvodní a závěrečná část projektu se konala v učebně budovy Gymnázia Pardubice. Účastníky projektu byli studenti ročníku 5. B Gymnázia Pardubice, kteří na něm pracovali v rámci předmětu estetická výchova. Protože se do projektu zapojilo celkem 18 studentů, pracovali ve dvojicích a trojicích. Výtvarná Estetická výchova na Gymnáziu Pardubice je pro 1. a 2. ročník čtyřletého studia a 5. a 6. ročník osmiletého studijního programu volitelným předmětem. Časová dotace předmětu má podobu dvou hodin týdně realizovaných ve dvouhodinovém bloku. Obsah předmětu je zaměřen především na teorii a dějiny umění, v rámci předmětu každý student vypracuje referát zabývající se konkrétním uměleckým obdobím a na konci roku prezentují realizaci vlastních výtvarných prací na vybrané téma.¹⁴⁸

Pro určení vhodnosti připraveného projektu a jeho evaluaci byly studentům předloženy vstupní a výstupní dotazníky. Otázky vstupního dotazníku zjišťovaly postoj studentů k předmětu, zkušenosti s jednotlivými výtvarnými obory a zájem o ně. Zároveň dotazník poskytoval informace o návštěvnosti internetových stránek zabývajících se obrázkovými memy a o orientaci studentů v této oblasti. Vstupní dotazník se skládá jak z otevřených otázek, tak z dotazů vyžadujících volbu jedné a více předložených možných odpovědí. Výstupní dotazník byl zaměřen na zpětnou vazbu ze strany studentů, kteří pomocí školní klasifikační škály 1 – 5 hodnotili projekt a díky otevřeným odpovědím

¹⁴⁸ Školní vzdělávací program. *Gymnázium Pardubice* [online]. Pardubice, 2009 [cit. 2017-05-29]. Dostupné z: http://old.gypce.cz/files/dokumenty/SVP_4lete.pdf. S. 360.

poskytli podněty pro přípravu projektu pro danou věkovou skupinu. Cílem dotazníkového šetření bylo jednak určit vhodnost tématu projektu, úrovně náročnosti, ale také možnosti zlepšení.

Co se týče vztahu k výtvarné výchově a dosavadní zkušenosti studentů, byly výsledky dotazníku různorodé. Z celkem deseti dívek mělo kladný vztah k předmětu osm a z osmi chlapců pouze dva. V rámci výuky se setkali všichni s kresbou a malbou, většina také s grafikou, plastickou nebo multimediální tvorbou. Nejméně zkušeností měli studenti s propagační grafikou nebo fotografií. Studenti, kteří popsali svůj vztah k výtvarné výchově jako neutrální nebo záporný, se většinou setkali pouze se základními technikami – kresbou a malbou. Výtvarné obory, kterými by se studenti podle dotazníků rádi ve škole zabývali, jsou převážně multimediální tvorba, počítačová grafika, fotografie, ale také kresba.

Z úvodních dotazníků vyplývá, že studenti tráví značnou část dne na internetu, nejčastěji na sociálních sítích jako Facebook, Twitter, Instagram nebo na stránce YouTube. Stránky zaměřené na memy navštěvují tři z dotazovaných studentů. Přesto pouze šest nevědělo, co jsou memy nebo jak tento fenomén popsat. Ačkoliv na internetu cíleně nevyhledávají memy, přichází s nimi do styku právě na sociálních sítích.

Z mého pohledu hodnotím projekt jako úspěšný, podnětný a rozvíjející schopnosti, dovednosti i znalosti studentů, a to převážně praktickým způsobem – vlastní tvorbou studentů. Přesto bych navrhovala úpravy v projektu, konkrétně v části věnované počítačové grafice. I přes to, že jsem se studenty dříve nepromovala a nevěděla jsem, jaké schopnosti v této oblasti mají, myslím si, že zapojení počítačové grafiky nebylo chybou. Studenti se dozvěděli základní rysy práce a postupu při tvorbě plakátu, zjistili, jak získat pozornost za využití textu, barvy a obrázku a jejich kombinace v ploše. Ale pro další práci by bylo vhodnější pracovat se studenty, kteří mají základy v grafické tvorbě a také věnovat se této části déle a systematicky naučit studenty orientovat se v grafických programech. Nezbytností je samozřejmě technické vybavení v podobě počítačů a samotných programů, které jsem v rámci tohoto projektu nemohla studentům nabídnout v dostatečné míře.

Studenti měli zhodnotit projekt z hlediska zajímavosti, srozumitelnosti a náročnosti způsobem odpovídajícím školnímu známkování. Z vypočítaného průměru vychází hodnocení zajímavosti projektu na 1,41, srozumitelnosti 1,05 a náročnosti 1,52. Studenty

nejvíce bavila práce se sítotiskem a potom část věnovaná teorii memů a tvorbě memu z filmového snímku. Téměř všichni uvedli, že při výtvarné činnosti upřednostňují tvorbu podle předlohy, tři z dotazovaných by se chtěli zaměřit v rámci výuky na tvorbu nových médií. Podobné rozdělení je i ve formě práce – studenti upřednostňují při výtvarné činnosti skupinovou práci. U otázky, jaké sociální dovednosti by měly být rozvíjeny při výtvarné výchově, studenti preferovali zapojení se do volby témat, rozvoj komunikace ve skupině i před kolektivem v rámci interpretace své práce.

Závěr

Cílem mé diplomové práce bylo charakterizovat nový fenomén internetových memů. Teoretická část popisuje, co internetovým memům předcházelo, vývoj memetiky a vysvětluje pojem mem obecně. Zabývá se podrobněji internetovými memy, které rozděluje na několik druhů podle média, vzniku nebo jeho šíření, a pro lepší názornost je u každé skupiny představen příklad popisovaného memu. Větší pozornost je věnována obrázkovým memům, které jsou dále klasifikovány. Důležitou součástí teoretické části je zamyšlení se nad estetikou nových médií, která je označována jako nová estetika, a příklady praktického využití memů.

V praktické části jsem se zaměřila na možnost propojení nových médií a výuky výtvarné výchovy na středních školách. Výstupem této části byl výtvarný projekt, který byl realizován se studenty víceletého gymnázia. Cílem bylo motivovat k výtvarné tvorbě věkovou skupinu, která postupně o tento předmět může ztrácet zájem. Nabídnutím tématu blízkému skupině a nových výtvarných technik projekt dává studentům jiný pohled na výtvarnou výchovu.

Součástí práce je také výzkum, který je založený na kvantitativní metodě dotazníkového šetření. Jeho cílem bylo zjistit zájem dospívajících studentů o výtvarnou výchovu, preferované výtvarné oblasti a techniky a způsoby výuky výtvarné výchovy. Výzkum přinesl zajímavé a dokonce i neočekávané výsledky, podněty pro zlepšení projektu a důležité hodnocení praktické části ze strany studentů.

Seznam použité literatury

BLACKMOREOVÁ, Susan. *Teorie memů: Kultura a její evoluce*. Portál, 2001. ISBN: 80-7178-394-3.

BÜSCHER, Barbara, FLAŠAR, Martin, HORÁKOVÁ, Jana a MACEK, Petr. *Umění a nová média*. Brno: Masarykova univerzita, 2011. ISBN 978-80-210-5639-8.

DAWKINS, Richard. *Sobecký gen*. Mladá fronta. Praha 2003. ISBN: 80-204-0730-8.

HAVES, Nicky. *Základy sociální psychologie*. Vyd. 5. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-639-1.

KRATOCHVÍLOVÁ, Jana. *Teorie a praxe projektové výuky*. Masarykova univerzita. Brno 2006. ISBN: 80-210-4142-0.

KULKA, Tomáš. *Co je umění?: texty angloamerické estetiky 20. století*. Červený Kostelec: Pavel Mervart, 2010. Estetika (Pavel Mervart). ISBN 978-80-87378-46-5.

MUKAŘOVSKÝ, Jan. *Estetické přednášky*. Praha: Ústav pro českou literaturu AV ČR, 2014. ISBN 978-80-85778-77-9.

ROESELOVÁ, Věra. *Řady a projekty ve výtvarné výchově*. SARAH. Praha, 1997. ISBN: 80-902267-2-8.

RUHRBERG, Karl, WALTER, Ingo F. (ed.). *Umění 20. století*. Praha: Slovart, 2004. ISBN 80-720-9521-8.

SCRUTON, Roger. *Estetické porozumění: eseje o filozofii, umění a kultuře*. Brno: Barrister, 2005. Studium (Barrister). ISBN 80-859-4792-7.

ŠOBÁŇOVÁ, Petra. *Kapitoly z didaktiky výtvarné výchovy*. Univerzita Palackého v Olomouci. Olomouc, 2006. ISBN: 80-244-1469-4.

Seznam dalších pramenů

BERANOVÁ, Věra. *Bariéry estetiky*. Ústí nad Labem: Univerzita J.E. Purkyně v Ústí nad Labem, 2007. Acta Universitatis Purkynianae. ISBN 978-80-7044-949-3.

BUHEL, Branislav. *Internet Memes as Means of Communication*. Brno, 2012.

BUCHTOVÁ, Barbora. *Mapování internetových memů v prostředí blogosféry a sociálních sítí*. Brno, 2011.

Seznam elektronických zdrojů

A Brief Overview and History of Memetics. *Journal of Memetics*. [online]. 12. 11. 1996 [cit. 2016-10-24]. Dostupné z: <http://cfpm.org/jom-emit/overview.html#23>.

BAUCKHAGE, Christian. Insights into Internet Memes. In: *Proceedings of the Fifth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media*. IAIS Bonn, 2011.

BRIDEAU, Kate a BERRET, Charles. A Brief Introduction to Impact: "The Meme Font". In: *Journal of Visual Culture* [online]. 2014 [cit. 2016-11-29]. ISSN 1741-2994. Dostupné z: http://vcu.sagepub.com/search/results?fulltext=kate+brideau&x=0&y=0&submit=yes&journal_set=spvcu&src=selected&andorexactfulltext=and.

BRIDLE, James. #sxaesthetic. In: *Book Two* [online]. 2012 [cit. 2016-12-06]. Dostupné z: <http://booktwo.org/notebook/sxaesthetic/>.

Classical Art Memes. *Facebook* [online]. 2014 [cit. 2016-11-20]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/classicalartmemes/>.

Classical Art Memes. *Know Your Meme* [online]. 2014 [cit. 2016-11-20]. Dostupné z: <http://knowyourmeme.com/memes/classical-art-memes>.

Close Enough. In: *Know Your Meme* [online]. 2010 [cit. 2016-11-27]. Dostupné z: <http://knowyourmeme.com/memes/close-enough>.

Deset let Věry Pohlové na českém internetu. *Lupa.cz* [online]. 17. 9. 2009, [cit. 2011-05-09]. Dostupný z WWW: <<http://www.lupa.cz/zpravicky/deset-let-very-pohlove-na-ceskem-internetu/>>.

Disaster Girl. *Know Your Meme* [online]. 2008 [cit. 2016-11-15]. Dostupné z: <http://knowyourmeme.com/memes/disaster-girl>.

Diskuse k Wikipedii: Obrázky v článku. In: *Wikipedia: the free encyclopedia* [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001- [cit. 2016-11-20]. Dostupné z: https://cs.wikipedia.org/wiki/Diskuse_k_Wikipedii:Obr%C3%A1zky_v_%C4%8Dl%C3%A1nku.

DOUGLAS, Nick. It's Supposed to Look Like Shit: The Internet Ugly Aesthetic. In: *Journal of Visual Culture*[online]. 2014 [cit. 2016-11-30]. ISSN 1741-2994. Dostupné z: <http://vcu.sagepub.com/content/13/3/314.full.pdf+html>.

DOWNES, Stephen. Hacking Memes. *First Monday* [online]. 1999, 4(10), 15 [cit. 2016-10-27]. Dostupné z: <http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/rt/prinTerFriendly/694/604>.

First World Problems. In: *Know Your Meme* [online]. 2011 [cit. 2016-11-20]. Dostupné z: <http://knowyourmeme.com/memes/first-world-problems>.

Fofola. *Kofola* [online]. 2015 [cit. 2016-11-29]. Dostupné z: <http://www.kofola.cz/web/history>.

Forever Alone. In: *Know Your Meme* [online]. 2010 [cit. 2016-11-27]. Dostupné z: <http://knowyourmeme.com/memes/forever-alone>.

GIF. In: *Wikipedia: the free encyclopedia* [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001- [cit. 2016-11-16]. Dostupné z: <https://cs.wikipedia.org/wiki/GIF>.

HAZUKOVÁ, Helena. Nová pojetí výtvarné výchovy, plán a výtvarné projekty. In: *RVP* [online]. 2006 [cit. 2016-12-01]. Dostupné z: <http://clanky.rvp.cz/clanek/c/p/629/NOVA-POJETI-VYTVARNE-VYCHOVYPLAN-A-VYTVARNE-PROJEKTY.html/>.

Challenge Accepted. In: *Know Your Meme* [online]. 2010 [cit. 2016-11-27]. Dostupné z: <http://knowyourmeme.com/memes/challenge-accepted>.

Image Macros. In: *Know Your Meme* [online]. 2012 [cit. 2016-11-28]. Dostupné z: <http://knowyourmeme.com/memes/image-macros>.

James Van Der Memes. *James Van Der Memes* [online]. 2011 [cit. 2016-11-29]. Dostupné z: <http://jamesvandermemes.tumblr.com/>.

JK Wedding Entrance Dance. *Wikipedia: the free encyclopedia*. [online]. 2001- [cit. 2016-11-07]. Dostupné z: https://en.wikipedia.org/wiki/JK_Wedding_Entrance_Dance.

JK Wedding Entrance Dance. *YouTube*. [online]. 19. 7. 2009 [cit. 2016-11-07]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=4-94JhLEiN0>.

KNOBEL, Michele a Colin Lankshear. *A new literacy samplers* [online]. New York: Peter Lang Publishing, 2007 [cit. 2016-11-14]. ISBN 978-0-8204-9523-1.

Know Your Meme [online]. [cit. 2016-11-15]. Dostupné z: <http://knowyourmeme.com/>.

Laney Griner. *Flickr* [online]. 2007 [cit. 2016-11-20]. Dostupné z: <https://www.flickr.com/photos/sammyjammy/1285612321/in/set-72157620597747933>.

LEFLER, Jordan. *I can has a thesis?: A linguistic analysis of lolspeak* [online]. Louisiana, 2011 [cit. 2016-11-16]. Dostupné z: <https://assets.documentcloud.org/documents/282753/lefler-thesis.pdf>.

LYNCH, Aaron. *Thought Contagion: How Belief Spreads through Society* [online]. New York: Basic Books, 1996 [cit. 2016-11-14]. ISBN 0-465-08467-2. Dostupné z: http://www.radiantlunatic.com/wp-content/uploads/2013/10/Lynch-1996_Thought_Contagion-How_belief_spreads_through_society.pdf.

MEME. *MEME*. [online]. 12. 11. 1996 [cit. 2016-10-27]. Dostupné z: <http://memex.org/meme.html>.

Memetics. *Principia Cybernetica Web*. [online]. 12. 11. 1996 [cit. 2016-10-27]. Dostupné z: <http://pespmc1.vub.ac.be/memes.html>.

MORITZ, Elan. MetaSystem Transitions, Memes, and Cybernetic Immortality. *Principia Cybernetica* [online]. 1993 [cit. 2016-11-13]. Dostupné z: ftp://ftp.vub.ac.be/pub/projects/Principia_Cybernetica/WF-issue/Moritz.txt.

My Face when. In: *Know Your Meme* [online]. 2011 [cit. 2016-11-29]. Dostupné z: <http://knowyourmeme.com/memes/my-face-when>.

Nailed it. In: *Know Your Meme* [online]. 2011 [cit. 2016-11-30]. Dostupné z: <http://knowyourmeme.com/memes/nailed-it>.

Obama Rage Face/Not Bad. In: *Know Your Meme* [online]. 2011 [cit. 2016-11-27]. Dostupné z: <http://knowyourmeme.com/memes/obama-rage-face-not-bad>.

One does not simply. *Make A Meme* [online]. 2015 [cit. 2016-11-20]. Dostupné z: <https://makeameme.org/character/one-does-not-simply>.

Owling. *Know Your Meme* [online]. 2011 [cit. 2016-11-16]. Dostupné z: <http://knowyourmeme.com/memes/owling>.

Photo Fads. *Know Your Meme* [online]. 2011 [cit. 2016-11-16]. Dostupné z: <http://knowyourmeme.com/memes/subcultures/photo-fads>.

Phteven/Tuna the Dog. In: *Know Your Meme* [online]. 2013 [cit. 2016-11-29]. Dostupné z: <http://knowyourmeme.com/memes/phteven-tuna-the-dog>.

Planking. *Know Your Meme* [online]. 2011 [cit. 2016-11-16]. Dostupné z: <http://knowyourmeme.com/memes/planking>.

Planking: Nevinná zábava nebo hazard se životem? *Reflex* [online]. 2011 [cit. 2016-11-16]. Dostupné z: <http://www.reflex.cz/clanek/zivot-a-styl/41718/planking-nevinna-zabava-nebo-hazard-se-zivotem.html>.

Poker Face. In: *Know Your Meme* [online]. 2010 [cit. 2016-11-27]. Dostupné z: <http://knowyourmeme.com/memes/poker-face>.

Rage comics. In: *Know Your Meme* [online]. 2008 [cit. 2016-11-27]. Dostupné z: <http://knowyourmeme.com/memes/rage-comics>.

Reaction Images. In: *Know Your Meme* [online]. 2010 [cit. 2016-11-29]. Dostupné z: <http://knowyourmeme.com/memes/reaction-images>.

Richard Dawkins on memes. In: *The Guardian* [online]. 2013 [cit. 2016-11-14]. Dostupné z: <https://www.theguardian.com/media/video/2013/jun/20/richard-dawkins-memes-cannes-video>.

'Royal wedding' dance video goes viral. *CNN*. [online]. 19. 4. 2011 [cit. 2016-11-07]. Dostupné z: <http://edition.cnn.com/2011/TECH/web/04/18/royal.wedding.tmobile/>.

Socially awkward penguin. In: *Know Your Meme* [online]. 2009 [cit. 2016-11-27]. Dostupné z: <http://knowyourmeme.com/memes/socially-awkward-penguin>.

Tyinternety.cz [online]. c2009 [cit. 2011-05-28]. Dostupné z WWW: <http://www.tyinternety.cz/>.

Virální video. *Wikipedia: the free encyclopedia*. [online]. 2001- [cit. 2016-10-27].
Dostupné z: https://cs.wikipedia.org/wiki/Vir%C3%A1ln%C3%AD_video.

Virální videa se šíří jako virus – lidé je milují, firmy vydělávají. *Česká televize*. [online].
29. 4. 2012 [cit. 2016-10-28]. Dostupné
z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/media/1175448-viralni-videa-se-siri-jako-virus-lide-je-miluji-firmy-vydelavaji>.

Seznam obrázků a fotografií – zdroje

Obrázek 1: Fotografie ze svatebního nástupu Jill Petersonové a Kevina Heinze,
<http://jkweddingdance.appspot.com/>

Obrázek 2: Reklama „The T-Mobile Royal Wedding“,
<http://www.dailymail.co.uk/femail/article-1377166/T-Mobile-Royal-Wedding-advert-Prince-William-Kate-Middleton-dance-aisle.html>

Obrázek 3: Originální obrázek Disaster girl,
<http://knowyourmeme.com/photos/130-disaster-girl>

Obrázek 4: Upravený mem Disaster girl se vzducholodí Hindenburg,
<http://knowyourmeme.com/photos/135-disaster-girl>

Obrázek 5: David Williams během zápasu v březnu 2011,
<http://knowyourmeme.com/photos/126842-planking>

Obrázek 6: Ukázka plankingu, <http://incolors.club/collectionddwn-dangerous-planking.htm>

Obrázek 7: část původního GIFu Confused Travolta z roku 2012,
<http://imgur.com/gallery/M2bZq>

Obrázek 8: Upravený GIF Confused Travolta z listopadu 2015 s popisem: *Když se zeptám dcery, co si přeje k Vánocům, a ona odpoví: „panenku“*,
<http://imgur.com/gallery/H3BR7EA>

Obrázek 9: Ukázka demotivačního plakátu s nápisem: *JEDINEČNOST. To, že jste jedineční, ještě neznamená, že jste užiteční.*
http://www.marcofolio.net/imagedump/top_40_demotivational_posters.html.

Obrázek 10: Ukázka memu „First World Problems“ s textem: *V lednici je příliš tma, protože všechno to jídlo blokuje světlo,*
<https://www.quora.com/Who-is-the-woman-in-the-first-world-problems-meme-image>

Obrázek 11: Fotografie jedenáctiměsíčního Sama umístěná na Flickr.com,
<https://www.flickr.com/photos/sammyjammy/1285612321/in/album-72157620597747933/>.

Obrázek 12: Jedna z verzí memu Success Kid s textem: *Nevím, jak odpovědět v testu, odpověď je v další otázce.*

<http://www.quickmeme.com/meme/35birm/page/1/>

Obrázek 13: Upravený mem One Does Not Simply: *Člověk jednoduše neřekne babičce, že nemá hlad,* <http://9gag.com/gag/awVVqor>

Obrázek 14: Upravená fotografie díla Johanna Gumpfa s textem: *Focení selfie ve stylu 17. století,*

<https://www.facebook.com/classicalartmemes/photos/a.595162167262642.1073741827.595155763929949/897314260380763/?type=3&theater>

Obrázek 15: Ukázka memu Socially Awkward Penguin s textem: „Promiň, ale opravdu nestihnu přijít na tvou svatbu...“ „Třeba příště.“

<http://www.quickmeme.com/Socially-Awkward-Penguin/page/1/>

Obrázek 16: Poker Face, <https://quotesgram.com/img/poker-face-quotes/12698083/>

Obrázek 17: Forever Alone, <http://memeobrazky.com/forever-alone/>

Obrázek 18: Challenge Accepted, <http://knowyourmeme.com/memes/challenge-accepted>

Obrázek 19: Close Enough, <http://umad.com/close-enough-meme-7475.html>

Obrázek 20: Komiks s použitím Rage Faces, <http://www.relatably.com/m/memes-close-enough>

Obrázek 21: Fotografie Baracka a Michelle Obamových z roku 2011,

<http://knowyourmeme.com/memes/obama-rage-face-not-bad>

Obrázek 22: Meme „Not Bad“, <http://knowyourmeme.com/memes/obama-rage-face-not-bad>

Obrázek 23: Meme Dawson Crying vytvořený ze scény seriálu Dawsonův svět,

<https://memecrunch.com/image/5038ed67afa96f115b000cda.jpg?w=400>

Obrázek 24: Použití původního memu „Tuna the Dog“, díky kterému získal jméno „Phteven“, popis u obrázku: *Kamarád řekl obsluze u McDonalds, že se jmenuje Stephen, psáno s ph...*, <http://knowyourmeme.com/photos/653707-phteven-tuna-the-dog>

Obrázek 25: Reklama firmy Kofola se psem „Phtevenem“, http://marketingsales.tyden.cz/rubriky/marketing/dalsi-ambiciozni-hlaska-a-nove-zviratko-kofola-spustila-kampan-na-merunku_343368.html

Obrázek 26: Ukázka memu „Nailed it“, <http://www.awesomeinventions.com/nailed-it-pinterest-fails/2/>

Obrázek 27 - 29: Ukázka studenty vybraných momentů z filmů, zdroj: film Dazed and Confused; The Hunger Games: Mockingjay – Part 2

Obrázek 30 - 33: Výsledek překresleného obrázku po naskenování a vektorizaci, zdroj: autor

Obrázek 34 - 36: Tvorba Image Macro memu z vybraných snímků, zdroj: studenti

Obrázek 37: Práce s šablonou na sítotisk, která vznikla vyřezáním grafického přepisu snímku, zdroj: autor

Obrázek 38 a 39: Práce se sítotiskem, zdroj: autor

Obrázek 40 a 41: Potištěný textil pomocí sítotisku a studenty vytvořených šablon, zdroj: autor

Obrázek 42 a 43: Práce studentů na plakátu, zdroj: autor

Přílohy

Příloha A: Dotazník pro studenty na začátku praktické části, dotazník pro studenty na konci praktické části

Dotazník na začátku projektu:

chlapec dívka

věk:

1. Jaký je tvůj vztah k výtvarné výchově?

2. Věnuješ se výtvarné činnosti ve svém volném čase? Pokud ano, jak často a jaká výtvarná oblast?

(kroužky, příprava na talentové zkoušky, tvorba doma,...)

3. Jaké výtvarné obory jsi vyzkoušel/a ve škole?

- malba
- kresba
- grafika
- plastická tvorba
- fotografie
- multimediální tvorba
(video, animace,...)
- počítačová grafika

4. Jaké z uvedených oborů tě nejvíce baví?

5. Jakým oborům by ses chtěl/a ve škole více věnovat?

6. Kolik času přibližně trávíš na internetu?

denně:

týdně:

7. Na jakých stránkách a sítích jsi nejčastěji?

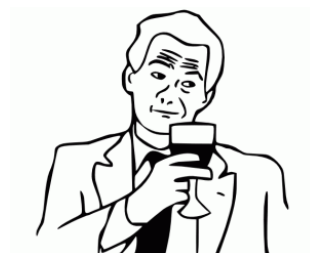
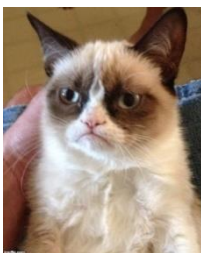
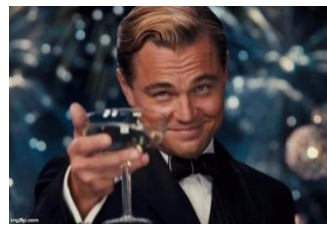
8. Co jsou to memy?

9. Označ, které webové stránky znáš a navštěvuješ.

- 9gag
- 4chan
- Reddit
- Know Your Meme
- Quick Meme

jiné:

10. Označ memy, se kterými ses setkal/a a pokud víš, doplň název memu a odkud pochází obrázek.



Dotazník na konci praktické části:

chlapec dívka

věk:

1. Jak bys zhodnotil tento výtvarný projekt? (hodnocení jako ve škole)

1 2 3 4 5

2. Byl pro tebe projekt srozumitelný?

1 2 3 4 5

3. Jak hodnotíš náročnost úkolů?

1 2 3 4 5

4. Která část tě bavila nejvíce?

5. Jaká témata a zadání tě nejvíce baví v rámci výtvarné činnosti?

(odkaz k dějinám umění; práce podle předlohy – zátiší, portrét; témata podle ročních období, svátků; nová média,...)

6. Na jakých sociálních dovednostech by se podle tebe mělo v průběhu výtvarné výchovy více pracovat?

- skupinová práce
- samostatná práce
- komunikace ve skupině
- interpretace vlastní práce před třídou
- zapojení studentů do volby témat

jiné:

Příloha B: Vyplněné dotazníky pro studenty

chlapec dívka

věk: 15

1. Jaký je tvůj vztah k výtvarné výchově?

rodka na ni dochodím, ale když se dělá praktická výtvarka, tak radona tématu ni moc nesehnou

2. Věnuješ se výtvarné činnosti ve svém volném čase? Pokud ano, jak často a jaká výtvarná oblast?

(kroužky, příprava na talentové zkoušky, tvorba doma,...)

jednou týdně dochodím do ZUŠ

3. Jaké výtvarné obory jsi vyzkoušel/a ve škole?

- malba
- kresba
- grafika
- plastická tvorba
- fotografie
- multimediální tvorba
(video, animace,...)
- počítačová grafika

4. Jaké z uvedených oborů tě nejvíce baví?

kresba

5. Jakým oborům by ses chtěl/a ve škole více věnovat?

vsám

6. Kolik času přibližně trávíš na internetu?

denně: vzhledem k tomu, že máma má! stále je síť WiFi, tak prakticky vždy
týdně: 2790 min

7. Na jakých stránkách a sítích jsi nejčastěji?

Facebook, Messenger

8. Co jsou to memy?

moment ke kterému lze vyjádřit situaci
(podle náboj, názoru, definicí, nevtm)

9. Označ, které webové stránky znáš a navštěvuješ.

9gag

KnowYour Meme

4chan

Quick Meme

Reddit

jiné:

10. Označ memy, se kterými ses setkal/a a pokud víš, doplň název memu a odkud pochází obrázek.



Paul Proterii



Jay Gatsby



Grumpy cat



Futurama



chlapec dívka

věk: 16

1. Jak bys zhodnotil tento výtvarný projekt?
(hodnocení jako ve škole)

1 2 ③ 4 5

2. Byl pro tebe projekt srozumitelný?

1 ② 3 4 5

3. Jak hodnotíš náročnost úkolů?

① 2 3 4 5

4. Která část tě bavila nejvíce?

Výroba MEME

5. Jaká témata a zadání tě nejvíce baví v rámci výtvarné činnosti?

(odkaz k dějinám umění; práce podle předlohy – zátiší, portrét; témata podle ročních období, svátků;
nová média,...)

*nejsem ovládnutě zaměřený Umění se mě
nezvolává žádné inovativní řešení.*

6. Na jakých sociálních dovednostech by se podle tebe mělo v průběhu výtvarné výchovy více
pracovat?

- skupinová práce
- samostatná práce
- komunikace ve skupině
- interpretace vlastní práce před třídou
- zapojení studentů do volby témat

jiné:

chlapec dívka

věk: 16

1. Jak bys zhodnotil tento výtvarný projekt?
(hodnocení jako ve škole)

① 2 3 4 5

2. Byl pro tebe projekt srozumitelný?

① 2 3 4 5

3. Jak hodnotíš náročnost úkolů?

① 2 3 4 5

4. Která část tě bavila nejvíce?

Síťotisk + MEME

5. Jaká témata a zadání tě nejvíce baví v rámci výtvarné činnosti?

(odkaz k dějinám umění; práce podle předlohy – zátiší, portrét; témata podle ročních období, svátků; nová média,...)

media, vlastní tvorba, malba, kresba, ...

6. Na jakých sociálních dovednostech by se podle tebe mělo v průběhu výtvarné výchovy více pracovat?

- skupinová práce
- samostatná práce
- komunikace ve skupině
- interpretace vlastní práce před třídou
- zapojení studentů do volby témat

jiné: Zábavná forma učení!