

Universitatea Babeș-Bolyai, Cluj-Napoca  
Facultatea de Științe Politice, Administrative și ale Comunicării  
Școala Doctorală de Științe Politice și ale Comunicării  
Specializarea Științe ale Comunicării

**Lumea membrilor și a fenomenelor online:  
o abordare metodologică mixtă pentru studierea  
membrilor online**

Coordonator:

**Prof. univ. drd. Elena Abrudan**

Candidat:

**Flavia Țăran**

Cluj-Napoca

2020

# Cuprins

<b>Introducere</b>	<b>I</b>
<b>I. O scurtă istorie a memelor</b>	<b>7</b>
1.1 Richard Dawkins și <i>Gena egoistă</i> (1976)	7
1.1.1 De la gene la meme	9
1.1.2 Memele și cultura	10
1.1.3 Egoism și altruism	11
1.2 Memele și domeniul emergent al memeticii	13
1.2.1 Memele ca panaceu cultural	14
1.2.2 Nevoia de doi replicatori	15
1.2.3 Evoluția culturală	17
1.2.4 Memplex-uri. Adevăruri și minciuni, crezuri și credințe	22
1.3 Procesul evolutiv	26
1.3.1 Memele și limbajul	26
1.3.2 Replicarea: copiere și repetiție, imitație și învățare socială	27
Rezumatul capitolului	33
<b>2. Memele pe internet și fenomenele online virale</b>	<b>36</b>
2.1 Definirea memei pe internet	36
2.1.1 O evaluare critică a definițiilor memelor	37
2.1.2 Meme v. meme pe internet	44
2.1.3 Ciclurile de viață ale memelor	48
2.1.4 Disputa meme v. virale	50
2.1.5 Meme splicing	56
2.1.6 Către o taxonomie a memelor	62
2.2 Remix și cultura participativă	66
2.2.1 Remix și mimetism	68
2.2.2 Determinismul tehnologic și spreadabilitate	69
2.2.3 Crearea de meme bazate pe instrucțiuni	73
2.3 Memele ca obiecte new media	76
2.3.1 Multimoduri	78
2.3.2 Difuzarea pe multiple platforme a memelor	81
2.4 Limba memelor pe internet	86
2.4.1 Memele ca discurs	87

2.4.2 Know Your Meme și rolul blogurilor de cultură online	90
Rezumatul capitolului	94
<b>3. Postmodernismul și producția culturală</b>	<b>98</b>
3.1 Postmodernismul	98
3.1.1 Jocul identității	98
3.1.2 Definii și interpretări	100
3.2 Ce este cultura?	101
3.2.1 Cultura ca anarhie v. cultura ca uniformitate	102
3.2.2 Cultura este trăită. Cultura este ordinară	104
3.2.3 Cultura dominantă: ideologie și hegemonie	106
3.2.4 Industriile culturale	108
3.2.5 Circuitul cultural	110
3.3 <i>Popularul</i> din cultura populară	112
3.3.1 Șase direcții pentru definirea culturii populare	113
3.3.2 Intertextualitate și context	115
Rezumatul capitolului	118
<b>4. Memele pe internet, cultura populară și politica</b>	<b>120</b>
4.1 Funcțiile memelor pe internet	120
4.1.1 Râzând cu vice tare: umor, glume și satiră	122
4.1.2 Informația: starea presei online	126
4.1.3 Petrecerea timpului liber în mediul digital: eudemonică și joacă	130
4.2 Memele politice	132
4.2.1 Politică digitală	133
4.2.2 Umor politic	139
4.2.3 Creativitate vernaculară: memele ca media alternativă și activistă	144
4.3 Memele și construcția de capital	148
4.3.1 Capitalul cultural 2.0	149
4.3.2 Capitalul social, identitatea și apartenența la grupuri	151
4.3.3 Capitalul economic	153
4.4 Memele și storytelling	155
4.4.1 Cultura vizuală	156
4.4.2 Memele ca dispozitive retorice vizuale	159
4.4.3 Memele și narațiunea	162
Rezumatul capitolului	167

<b>5. Design de cercetare</b>	<b>169</b>
5.1 Introducere. Scopuri și obiective	169
5.2 Întrebări de cercetare	171
5.3 O trilogie de analize pe meme	173
5.3.1 Studiu 1: Know Your Meme ca epicentrul memelor și a fenomenelor online	174
5.3.2 Studiu 2: imgflip ca vocea oamenilor	179
5.3.3 Studiu 3: analiza retorică și umoristică a memelor politice românești	184
<b>6. Analiza</b>	<b>193</b>
6.1 Studiu 1: Know Your Meme ca epicentrul memelor și a fenomenelor online	193
6.1.1 Know Your Meme, anul zero: câteva observații	193
6.1.2 Know Your Meme in numere: o analiză cantitativă	198
6.1.3 Analiză cantitativă pe textul articolelor de pe Know Your Meme	213
6.2 Studiu 2: imgflip ca vocea oamenilor	227
6.2.1 Memele bazate pe șabloane	227
6.2.2 Imgflip și KYM: lucrul cu mai multe seturi de date	229
6.2.3 Potrivirea titlurilor și a conținutului: alinierea imgflip cu KYM	230
6.2.4 Sursă și subiect: de unde provin șabloanele pentru meme	233
6.2.5 Investigarea „Epocii de Aur” a image macro-urilor	237
6.2.6 Topul image macro-urilor: corelația dintre rangurilor imgflip și KYM	239
6.3 Studiu 3: analiza retorică și umoristică a memelor politice românești	242
6.3.1 Dispozitive retorice în memele vizuale	242
6.3.2 Puncte de vedere și stiluri de glume	249
6.3.3 Tipuri de umor în memele politice	253
<b>7. Constatări și discuții</b>	<b>260</b>
7.1 Teme, subiecte și hub-uri	260
7.2 Evoluția memelor și a fenomenelor online?	262
7.3 Cea mai populară cultură populară	264
7.4 Cum să creezi o memă politică de succes	265
7.5 Limitări și direcții de cercetare viitoare	268
<b>Concluzii</b>	<b>270</b>
<b>Bibliografie</b>	<b>276</b>
<b>Anexe</b>	<b>290</b>

**Cuvinte cheie:** meme pe internet, fenomene online, meme politice, meme românești, Know Your Meme, imgflip, generator de meme.

## Rezumatul tezei

Lumea memelor și a fenomenelor online a captat imaginația publicului larg, iar memele pe internet și-au depășit limitele ca bucățele umoristice diseminate online. Astăzi, memele pătrund în circuitul știrilor, sunt folosite ca instrumente pentru atacuri politice și dau voce mișcărilor disidente și „la firul ierbii”.

În această nouă conceptualizare, în care memele sunt folosite ca mici discursuri retorice, această teză propune construirea unei imagini cuprinzătoare a lumii memelor cu tușe ample, dar și cu detalii semnificative. Acest efort începe de la o evaluare critică a studiilor despre meme, de la Richard Dawkins până în prezent, dar optează pentru o delimitare clară între ideea dawkinsiană de memă și conceptul autosuficient de memă pe internet, cu propriile definiții și aplicații, revizuită în detaliu în primele două capitole. Întreaga teorie este circumscrisă cadrului mai larg al postmodernismului și al producției culturale, unde memele sunt epitomul culturii populare moderne. Memele ca artefacte discursive sunt discutate în legătură cu alte subiecte, cum ar fi micro-narațiunile, eudemonica, participarea politică, creativitatea vernaculară și ca nuclee în crearea capitalurilor culturale, economice și sociale.

*Capitolul 1* este cel mai abstract capitol al tezei, fiind totodată punctat cu anecdote pentru a ameliora tonul filosofic. Chiar dacă ar putea părea ciudat în raport cu promisiunile pe care le face această teză, de a descrie lumea memelor, acest capitol este necesar deoarece surprinde *Zeitgeist*-ul studiului memelor la sfârșitul anilor 1990 și la mijlocul anilor 2000. Delimitarea bibliografiei în acest mod a fost un act deliberat. Imediat după ce Richard Dawkins a publicat *Genele egoiste* (1976), dezbaterile despre meme au fost puternice, dar slab definite. Savanților le-a fost necesară o perioadă considerabilă de timp ca să identifice potențialul memelor, unul care rezona puternic cu cel al genelor. Mai mult, Dawkins a revizuit conceptul de memă cu fiecare ediție a *Genei egoiste*, sau în alte cărți și interviuri, astfel încât atât ideile, cât și autorul au avut nevoie de timp pentru a vedea cum se maturizează conceptul.

Deoarece scopul acestui prim capitol este de a revizui ceea ce se spunea și se credea cu privire la meme în primele decenii după construirea conceptului, tonul este mai puțin critic și mai orientat spre cronică. Mai mult, acest capitol este util pentru că descrie perioadele de incertitudine din studiul memelor, necesare pentru a înțelege accepțiunile mai recente. O mare parte din literatura modernă despre meme a ales câteva momente ca puncte de referință când au

revizuit conceptul, aspecte care apar în mod programatic în literatură: termenul a fost inventat de Dawkins în 1976, memele sunt analogul cultural al genelor, analogia meme-genă este insuficientă și, în scopul studiilor de difuzare, conceptele de fecunditate, fidelitate-copiere și longevitate sunt aduse în discuție. Aceste concepte proprii memeticii tradiționale par a fi alese aleatoriu, astfel ele nu au profunzimea necesară pentru a descrie modul în care memele au evoluat în era digitală, un aspect care s-a dovedit, în timp, problematic, pentru studiul memelor pe internet.

Chiar dacă ar putea părea prea tehnic, prea biologic, prea filosofic sau prea anecdotic, acest prim capitol descrie conceptul de memă de la accepțiunile primare, ca o idee foarte disputată, complexă și neclară, folosită în atât de multe moduri pentru a explica comportamente și credințe variate. La finalul capitolului, memele sunt prezentate ca un concept pervers și descumpănitor, dar acesta este doar rezultatul unei treceri în revistă din perspectivă istorică, care poate fi presărată cu erori, neconcordanțe și idei care nu au fost duse până la capăt. Toate acestea explică, oarecum, de ce în momentul în care mema a sărit pe Web și a devenit un artefact digital, definițiile și conceptualizările nu au reușit să țină pasul. Conceptele discutate aici, sub această formă și folosind terminologie biologică vor fi rareori folosite în restul tezei, dar ele ajută la construirea unei aprecieri pragmatice a conceptului.

*Capitolul 1* începe cu Anul Zero, 1976, cu o scurtă trecere în revistă a cărții *Gena egoistă* în ansamblu, nu doar capitolul care a devenit faimos pentru introducerea memei. Terminologia specifică biologiei și geneticii, care este utilizată în descrierea memei ca analogul cultural al genei, este revizuită și explicată, în concordanță cu teoria darwinistă despre evoluție și supraviețuirea celui mai apt, idee care va însoți multe raționamente pe parcursul acestui capitol. Terminologia greoaie este introdusă treptat, explicată, contextualizată și transformată în exemple și scheme pentru a ajuta cititorul să descopere cum se îmbină toate aceste idei și accepțiuni. Cultura este evocată și vag definită, utilizată contextual și pentru a atenua analogia memă-genă (cultura face obiectului unui capitol separat).

Cel de-al doilea capitol, *Meme pe internet și fenomene online virale*, nu pornește, de fapt, din punctul în care se termină capitolul anterior, ci sare la ultimii 10 ani din existența memelor pe internet. *Capitolul 1* ilustrează cacofonia punctelor de vedere și a teoriilor care înconjoară memele la 20 de ani de la publicarea cărții *Gena egoistă*, astfel încât delimitarea literaturii a fost luată din nou în considerare. *Capitolul 2* este construit pe baza cunoștințelor teoretice de la începutul anilor 2010 și până în prezent. Ca modalitate de filtrare bibliografică, această decizie asigură faptul că numai teoriile care au rezistat testul timpului și controlului academic sunt luate în considerare pentru construirea unei teorii substanțiale a memelor pe internet, concept care vine cu propriile provocări, cum ar fi delimitarea de fenomenele virale.

*Capitolul 2* analizează memele pe internet din mai multe unghiuri, trecând în revistă, în primul rând, nevoia de a utiliza o definiție unică a memelor, revizuirea literaturii și inventarierea cât mai multor lucrări moderne și definițiile utilizate de cercetători. Astfel, se poate lua o decizie informată despre ce merită păstrat, ce ar trebui decartat și ce ar trebui adaptat. Premisa *Capitolului 2* este că mema este un concept problematic, deci este necesară o evaluare critică a bibliografiei existente.

Această tentativă de a trece în revistă cât mai multe definiții a scos la iveală câteva probleme în studiul memelor. În primul rând, există o adevărată inflație de definiții, care pot părea aleatorii și pot devaloriza conceptul. Unii savanți preiau caracteristicile memei care se potrivesc cel mai bine articolului sau studiului lor, ceea ce face ca fiecare nouă semnificație să fie impracticabilă în alte condiții. În al doilea rând, tot zgomotul creat în jurul acestui concept, care a moștenit ambiguitatea din studiile anilor '90, creează o tensiune de suprafață greu de penetrat, astfel fiecare cercetător oferă propria interpretare a subiectului.

Secțiunea despre diferențele dintre meme și meme pe internet este direct conectată la analogia genă-memă din *Capitolul 1* și oferă o abordare modernă a punctului în care ar trebui să se facă divizarea, ceea ce trebuie păstrat de la genă și aplicat memei, și ceea ce este forțat și inefficient. Rezultatul este un concept nou, mema pe internet, care este diferit din punct de vedere teoretic și formal de mema dawkinsiană. Această distincție este esențială pentru întreaga teză, deoarece creează un nou context în care viața și caracteristicile unei meme pot fi reconceptualizate, astfel încât problematica delimitării memei de fenomene virale, una dintre cele mai dăunătoare analogii din toată teoria, să poate fi revizitată.

Această teză introduce conceptul de „meme splicing”, un construct împrumutat din genetică, care se referă la izolarea caracteristicilor memelor și recombinația lor. Acesta este un pas intermediar pentru a înțelege modul în care sunt construite taxonomii și familiile de meme.

A doua parte a capitolului trece în revistă conceptul cum ar fi remix, „spreadabilitate”<sup>1</sup> și determinismul tehnologic, toate în contextul mai larg al culturii participative, ingredientele din supa primordială din care au apărut memele pe internet. O discuție destul de amplă este dedicată *image macro*-urilor (imagini cu text) ca exemple de meme bazate pe instrucțiuni. De asemenea, *image macro*-urile sunt cele mai răspândite tipuri de meme, o observație importantă pentru studiul practic al acestei teze. Cadrul teoretic general pentru disecarea oricărui meme pe internet trebuie să aibă în vedere teoria multi-modurilor, coroborată cu idiosincraziile obiectelor *new media*, folosind teoria lui Lev Manovich.

---

<sup>1</sup> Adjectivul *spreadable* ar avea ca și echivalent românesc tartinabil, o traducere care are mai puțin sens așa, față de accepțiunea originală a lui Henry Jenkins. Astfel, forma românizată, spreadabilitate, a fost considerată mai potrivită.

Diseminarea memelor este o preocupare substanțială a mediului academic, fiind una dintre primele fațete de studiu a memelor pe internet din punct de vedere cantitativ, în cadrul studiilor de difuzare. Ultima secțiune ridică una dintre cele mai dificile întrebări din studiile memelor și se referă la decodarea lor. Limbajul memelor pe internet este o preocupare care leagă intertextualitatea de analiza critică a discursului. Dar în scopul acestei teze, unul dintre aspectele de interes este legat de puterea discursivă a memelor, urmată de modul în care se poate ocoli citirea și decodarea utilizând site-ul Know Your Meme, care are un potențial de studiu imens.

*Capitolul 3* pare, de departe, mai puțin legat de subiectul tezei, dar deține de fapt cheia descifrării contextului mai mare în care au înflorit memele. *Capitolul 1* prezintă începutul termenului, dar preocuparea pentru producția culturală este mult mai veche și mai complicată decât se lasă de înțeles în primul capitol. Postmodernismul și producția culturală formează teoria generală în care sunt înscrise studiile despre meme, în lunga tradiție a studiilor culturale. Problemele postmodernismului, construirea identității și lupta hegemonică sunt pietrele de temelie pentru ceea ce este cultura populară astăzi.

La fel ca toate teoriile majore, postmodernismul prezintă mai multe fațete de interpretare, acoperind un spectru larg de practici, idei și comportamente. Căutarea înțelegerii culturii ocupă cea mai mare parte a capitolului, întorcându-se în Marea Britanie a anilor '50 alături de Raymond Williams și Richard Hoggart, pentru a înțelege cum cultura maselor a luat avânt, doar pentru a constata că totul rezida în cele mai simple lucruri: obișnuitul, viața de zi cu zi, nu elita, neatinsul, nu lucrurile atârinate în muzee sau puse în spatele unor vitrine, ci trăitul, simplul.

Desigur, aceste opinii au fost întâmpinate cu rezistență, o luptă pentru putere explorată în secțiunea *Cultura dominantă: ideologie și hegemonie*. S-au spus și s-au scris multe lucruri despre dihotomia cultură înaltă / joasă, cu relatări exagerate că arta este moartă și frivolitatea acaparează discursul public. Cu toate acestea, relatările exacerbate au fost temperate de către cercetători precum Kellner, Fiske și Hall, care au atenuat importanța culturii populare și a ecourilor. Ca rezultat, industriile culturii și diada *highbrow / lowbrow* sunt acoperite într-o secțiune separată, cu referire la Horkheimer și Adorno.

Tot ce este discutat în capitol se reunește în secțiunea finală, *Popularul din cultura populară*, unde sunt prezentate și discutate șase direcții pentru definirea culturii populare. Una dintre cele mai izbitoare trăsături ale culturii populare este intertextualitatea, modul în care textele fac referire la alt text, cum nu există (se spune) nimic nou sub soare, totul este doar o reinterpretare a altceva. Această dinamică este disecată într-o secțiune separată, deschizând calea pentru o discuție ulterioară asupra reatribuirilor elaborate în ultimul capitol.



*Capitolul 4, Memele pe internet, cultura populară și politica*, leagă toate capitolele împreună și acoperă un mix eclectic de subiecte, imbricate astfel încât să construiască un fundament teoretic cuprinzător pentru analiza practică.

Revizuirea funcțiilor memelor acoperă trei aspecte relevante pentru această teză, fără a sugera că nu există alte funcții ale memelor. Decizia de a include umorul, divertismentul și informarea a fost determinată în concordanță cu cea mai recentă literatură despre meme, cărți și articole din 2019 și 2020, în încercarea de a merge pe tendințele consacrate. Umorul este o experiență foarte personală și, atunci când se iau în considerare studiile despre meme, este mai puțin relevant de ce mema îi face pe oameni să râdă, ci cum: ce structuri și tropi folosesc, ce personaje și situații se pretează memelor umoristice. Funcția de informare este mai larg discutată în ceea ce privește modul în care mass-media online au acceptat memele în materialele informative, dar și modul în care alimentează aparatul de produs meme. Agrementul digitală și eudemonica sunt două subiecte rareori legate de meme, dar care aduc multe considerații despre timpul și locul culturii participative.

Memele politice alcătuiesc o mare parte a capitolului, deoarece sunt subiectele cele mai discutate referitoare la meme, în ultima jumătate de deceniu. În toată lumea, din Brazilia și SUA, până la Croația, România, politicienii și acțiunile lor politice au făcut obiectul memelor în ultimii ani, un fenomen care a atras atenția cercetătorilor. Împrumutând cadrul tradițional pentru analiza mediei alternative, memele sunt considerate mesaje alternative reinventate, capabile să perturbe narațiunile prestabilite. Memele politice sunt interpretate în literatura de specialitate ca un instrumente de neprețuit în mâinile mișcărilor „la firul ierbii”, care funcționează ca difuzoare de opinie disidente.

Construcția capitalului este o altă teorie care se pretează în înțelegerea modului în care oamenii creează, diseminează și consumă meme. Sociologia memelor este greu de sondat, interogată și cuantificată, dar examinarea motivațiilor în contextul a ceea ce oamenii obțin din interacțiunea cu memele poate fi un instrument de analiză util, având în vedere că acest cadru favorizează metricile oferite de platforme (aprecieri, distribuiri, vizualizări) ca forme de evaluare pentru determinarea impulsurilor și acțiunilor ulterioare.

Ultima secțiune este dedicată modului în care memele au potențialul de a spune povești, atingând particularitățile culturii vizuale, valențele și pretențiile estetice, dar și estetica urâtă a memelor pe internet ca instrumente descriptive. Retorica vizuală și afirmațiile argumentative pe care le fac memele despre propria lor comunicare sunt interogate în această secțiune, dar și modul în care acestea transgresează către public și formează site-uri pentru discursuri încărcate politic.

Anvergura cadrului teoretic este necesară pentru a susține un efort vast de cercetare. Metodologia utilizată în acest studiu este mixtă, atât cu abordări cantitative cât și calitative. *Capitolul 5* prezintă în detaliu metodele și instrumentele utilizate în acest studiu, împărțite în trei secțiuni. Întrebările de cercetare formulate sunt:

- (1) Care sunt principalele hub-uri, teme și subiecte din lumea memelor și a fenomenelor online? Care sunt cele mai abordate subiecte?
- (2) Care sunt cele mai populare subiecte accesate de utilizatorii Know Your Meme?
- (3) S-au schimbat subiectele de interes în timp?
- (4) Se pot delimita perioade tematice în istoria Know Your Meme?
- (5) Există o corelație între cele mai utilizate șabloane de pe imgflip și cele mai populare pagini de pe Know Your Meme? Know Your Meme reflectă interesele creatorilor de meme?
- (6) Care sunt cele mai populare surse și subiecte pentru *image macro*-urile produse pe imgflip?
- (7) Care sunt idiosincraziile structurale și umoristice ale memelor politice românești?
- (8) Se potrivesc memele politice românești în lumea memelor și a fenomenelor online descrisă de Know Your Meme?

Studiul 1 este cel mai extins, bazat pe datele colectate de pe site-ul Know Your Meme, de la înființarea sa în 2008 până în august 2020. Setul de date este format din 26.065 de pagini, fiecare cu conținut specific lumii memelor și fenomenelor online. Aceste valori sunt dublate de o analiză cantitativă a informațiilor textuale proprii fiecărei pagini. Studiul 2 reutilizează unele dintre datele KYM pentru a crea o imagine bidimensională a utilizărilor șabloanelor populare pe cel mai proeminent generator de meme de pe web, imgflip. Acest studiu face o anchetă în cele mai utilizate surse de meme bazate pe șabloane ca parte a peisajului culturii populare. Nucleul studiului este corelarea interesului creatorilor de meme de pe imgflip cu ce este catalogat pe KYM. Studiul 3 urmează calea mai tradițională a studiilor de caz pe meme, selectând un eșantion de meme, împărțind eșantionul pe baza arhitecturii imaginilor (imagini + imagini sau imagine + text) și aplicând diferite grile de analiză în consecință: una analizând memele dintr-o perspectivă retorică vizuală, iar cealaltă bazată pe stiluri și tipuri de umor. Eșantionul este alcătuit din meme politice românești agregate de mass-media în articole omnibus de tip reacție, o practică care se află în afara oricărei teorii anterioare de conceptualizare. *Capitolul 6* este dedicat analizei și *Capitolul 7* leagă totul, toate constatările, discuțiile, limitările studiilor și căile ulterioare pentru continuarea cercetării.

Studiile sugerează că lumea memelor este foarte intertextuală și referențială, astfel încât nevoia de cunoaștere contextuală este primordială. Politica, filmele și jocurile video sunt sursele majore atunci când vine vorba de crearea unei rețele de informații de bază. Controversele sunt unul dintre cei mai puternici vectori din această lume a fenomenelor online conform datelor furnizate de KYM. Cu toate acestea, având în vedere că KYM este singura sursă pentru astfel de informații, unele dintre date au fost validate în al doilea studiu, care a descoperit că șabloanele de meme populare există în afara controlului Know Your Meme. O altă descoperire valoroasă a fost că filmele, desenele animate și seriile (adică ceea ce înțelegem prin cultura populară) este principala sursă pentru șabloanele care devin image macro-uri sau *explotables*.

Rezultatele din al treilea studiu sugerează un mod nou de a construi și apoi de a împărtăși un eșantion de meme, astfel încât fiecare meme să fie analizată folosind instrumentele corecte. În acest sens, analiza retorică a memelor vizuale a descoperit modul în care creatorii români de meme au abilitățile tehnice de a crea artefacte complexe, impregnate de mesaje simple, dar eficiente. Când vine vorba de stiluri și tipuri de umor în memele multi-modale, constatarea generală este că incongruența care duce la un răspuns umoristic provine de obicei din sarcasm și comparație. Existența unor idiosincrazii care nu au fost experimentate în alte surse sugerează existența unui șablon specific românesc pentru crearea de meme.

Această teză folosește atât metodologii consacrate, cât și metodologii exploratorii pentru a continua domeniul studiilor memelor. Critica generală cu privire la studiile anterioare este că acestea sunt fie prea specifice, ceea ce face dificilă extragerea de cunoștințe aplicabile pe scară largă, fie prea vaste și permissive, catalogând orice tip de conținut online amuzant ca meme. În acest context, prezenta teză propune unele aprecieri mai generale, dar cu posibilitatea de a extinde studiile și de a oferi și mai multe cunoștințe despre lumea memelor și a fenomenelor online.