

Fakultet for lærerutdanning og kultur

Iselin Kristin Lillealter

Masteroppgave

Samtidige kulturelle og kreative representasjoner;

Forbindelser mellom memes og kulturjamming

Contemporary cultural and creative representations;
Relationships between memes and cultural jamming

Master i digital kommunikasjon og kultur

2020

Forord

Memes er noe venner i miljøet rundt meg benytter aktivt. Da å ha observert disse brukerne av memes har jeg fått forståelse for at det er velbrukt i mange digitale miljøer, eksempelvis på “live-streaming” plattformene Twitch og Discord. Denne observeringen og kjennskap til fenomenet på nært hold, men samtidig med en viss distanse, har gitt meg en unik anledning til å undersøke og se mer objektivt på memes og memes bruk. I tillegg har jeg kunnet gå inn for å skrive denne masteren med et åpent sinn om hva memes faktisk er, underbygget av blant annet teoretiske perspektiver fra blant andre, Díaz, Ruskhoff, Nissenbaum og Shifman. Selv om interessen omkring fenomenet memes er det som har vært utgangspunktet for denne teksten, er det noe med fenomenet kulturjamming i måten den utfordrer mediekulturen, og de etablerte institusjonene med å omskape kjent reklame, produktprofiler, logoer, og kjente utsagn på en leken, og ofte på humoristisk måte. Nettopp dette “lekne uttrykket” og gjenbruk av bilder som skaperne av dette fenomenet fremmer, er noe som har paralleller med hvordan memes kulturen opererer.

Videre ønsker jeg å takke alle mine venner som har hjulpet meg med å forstå hvordan de bruker memes, og all oppmuntring de har gitt meg gjennom hele prosessen. De har gitt meg både inspirasjon og innspill, i tillegg til at de har lyttet når jeg har stått fast. Jeg vil også nevne mine kjære samboer, Fredrik H. Kvalsvik som har lyttet til meg hver eneste dag og kommet med gode råd på hvor jeg kan finne ulike typer memes og deres betydninger. Han har vært en støttespiller gjennom hele prosessen, og er nok den som har oppmuntret meg mest! En spesiell takk vil jeg også si til mamma, som har brukt utallige timer sammen med meg for å lese korrektur på alt jeg har skrevet, det har vært en virkelig stor hjelp! Jeg vil også si takk til resten av min nærmeste familie som har vært der for meg, og gitt støttende ord gjennom det hele! Sist, men ikke minst vil jeg si tusen takk til min veileder Gunhild Lien, som har gitt meg inspirasjon og støtte! Hun har lyttet til alt jeg har å si og kommet med uvurderlige innspill, både når det gjelder å komme med nye kilder, eller på noe jeg allerede har skrevet. Du har vært både varm og gjestfri og støttet meg når motivasjonen var lav. Tusen takk til deg, og all den tiden du har brukt for å få meg igjennom det hele!

Iselin, Hamar, mai 2020

Innhold

FORORD	3
INNHold	4
FIGURLISTE	7
NORSK SAMMENDRAG.....	9
ENGELSK SAMMENDRAG (ABSTRACT)	10
1. INNLEDNING	11
1.1 STRUKTUR AV OPPGAVE.....	12
1.2 FORMÅL, PROBLEMSTILLING OG UTVALG:	12
1.3 BEGREPSAVKLARINGER.....	13
2. METODE OG GJENNOMFØRING	20
2.1 KVALITATIVE METODER.....	20
2.2 FENOMENOLOGI	22
2.2.1 <i>Hva er fenomenologi?</i>	22
2.2.2 <i>Anvendelse av fenomenologi</i>	23
2.3 VISUELL KULTUR	25
2.3.1 <i>Panofsky:</i>	26
2.3.2 <i>Baxandall:</i>	27
2.3.3 <i>Schwartz og Przyblyski</i>	29
2.4 OPPSUMMERING AV METODEKAPITTELET.....	30
3. KULTURJAMMING	31
3.1 ORDET “KULTURJAMMING”.....	31
3.1.1 <i>Kulturjammings grunnleggere</i>	32
3.2 KULTURJAMMING I DAGENS SAMFUNN	37

3.3	OPPSUMMERING AV KULTURJAMMING	39
4.	MEME	41
4.1	“MEM” ET NYTT ORD.	41
4.2	ARENAER FOR MEMES - MEMESCAPE	45
4.3	MEMES, KATEGORISERING	49
4.3.1	<i>Eksempler på fellesskap memes:</i>	49
4.3.2	<i>Eksempler på generelle memes:</i>	56
4.4	OPPSUMMERING AV MEME	61
5.	UTVALG AV MEMES OG KULTURJAMMER	62
6.	ANALYSE AV DATA	64
6.1	ANALYSE AV KULTURJAMMER	64
6.1.1	<i>Joe Camel</i>	64
6.1.2	<i>Banksy</i>	68
6.1.3	<i>Barbara Kruger</i>	71
6.2	ANALYSE AV MEMES	76
6.2.1	<i>Success Kid</i>	76
6.2.2	<i>Kappa</i>	80
6.2.3	<i>Obama Hope</i>	84
6.3	OPPSUMMERING AV ANALYSE	88
7.	DISKUSJON OG KONKLUSJON	92
7.1	REDEGJØRELSE FOR FUNN	92
7.2	DRØFTING AV FUNN	95
7.3	KONSEKVENSER AV FUNN	97
7.4	HVOR GÅR VEIEN VIDERE?	99
8.	LITTERATURLISTE	100

8.1	BØKER OG ARTIKLER:.....	100
8.2	BILDER:.....	101
8.3	NETTSIDER:	102

Figurliste

Figur 1 "Rebel", gerada-art nettside, skjermdump 2019.....	34
Figur 2 "Joe Camel", vintageadbrowser nettside, skjermdump 2019	35
Figur 3 "Joe Chemo", adbusters nettside, skjermdump 2019.....	36
Figur 4 "Uncle Sam" - A horrible death, widewalls nettside, skjermdump 2019	36
Figur 5 "ForsenE", knowyourmeme nettside, skjermdump 2019	48
Figur 6 "Sebastian Fors", dexerto nettside, skjermdump 2019	48
Figur 7 "Hodor(1)", knowyourmeme nettside, skjermdump 2019.....	50
Figur 8 "Hodor(2)", knowyourmeme nettside, skjermdump 2019.....	50
Figur 9 "Hodor(3)", knowyourmeme nettside, skjermdump 2019.....	51
Figur 10 "Hodor(4)", knowyourmeme nettside, skjermdump 2019.....	51
Figur 11 "Hold the door(1)", knowyourmeme nettside, skjermdump 2019.....	52
Figur 12 "Hold the door(2)" knowyourmeme nettside, skjermdump 2019.....	52
Figur 13 "I took an arrow(1)", knowyourmeme nettside, skjermdump 2019	54
Figur 14 "I took an arrow(2)", knowyourmeme nettside, skjermdump 2019	54
Figur 15 "I took an arrow(3)", knowyourmeme nettside, skjermdump 2019	54
Figur 16 "I took an arrow(4)", knowyourmeme nettside, skjermdump 2019	55
Figur 17 "I took an arrow(5)", knowyourmeme nettside, skjermdump 2019	55
Figur 18 "Smug Pepe", knowyourmeme nettside, skjermdump 2020.....	56
Figur 19 "Angry Pepe", knowyourmeme nettside, skjermdump 2020.....	56
Figur 20 "Your County Needs You" knowyourmeme nettside, skjermdump 2020	57
Figur 21 "I Want You Poster", knowyourmeme nettside, skjermdump 2020	58
Figur 22 "I Want You - Orgrimmar", knowyourmeme nettside, skjermdump 2020	58
Figur 23 "lolcat(1)", knowyourmeme nettside, skjermdump 2019.....	59
Figur 24 "lolcat(2)", knowyourmeme nettside, skjermdump 2019.....	59
Figur 25 "lolcat(3)", knowyourmeme nettside, skjermdump 2019.....	59
Figur 26 "Surprised Pikachu", knowyourmeme nettside, hentet fra skjermdump 2019.....	60
Figur 27 "Follow your dreams (Cancelled)", arthive nettside, skjermdump 2020.....	68
Figur 28 "I think; therefore I am", Facebook nettside, skjermdump 2020	72
Figur 29 "(Untitled) I shop therefore I am", adbusters nettside, skjermdump 2020	72
Figur 30 "Sammy", knowyourmeme nettside, skjermdump 2020	76
Figur 31 "Late to work", knowyourmeme nettside, skjermdump 2020.....	76
Figur 32 "I hate sandcastles", knowyourmeme nettside, skjermdump 2020	77

Figur 33 “Josh”, knowyourmeme nettside, skjermdump 2020	80
Figur 34 “Kappa”, knowyourmeme nettside, skjermdump 2020.....	80
Figur 35 “KappaPride”, knowyourmeme nettside, skjermdump, 2020	81
Figur 36 “HOPE”, knowyourmeme nettside, skjermdump 2020.....	84
Figur 37 “POPE”, laughingsquid nettside, skjermdump 2020.....	84
Figur 38 “BOMBAD”, flickr nettside, skjermdump, 2020	85

*Merknad: I forhold til åndsverksloven og tillegg for høyere utdanning ved BONO, har en lov til å gjengi kunstverk i student- og forskningsarbeid, hentet 11 mai. 2020 fra

<https://delrett.no/nb/artikler/bilder-og-kunst>

Norsk sammendrag

Denne masteroppgaven er en komparativ undersøkelse og analyse, der jeg og tok for meg fenomenet memes opp mot kulturjamming. Jeg har sammenlignet hvilke forbindelser som eksisterer mellom de to fenomenene. Fokuset var å undersøke fenomenene memes og kulturjamming, og de virkemidlene som anvendes for å skape endringer i det visuelle uttrykket, for å få frem et gitt budskap.

For å kunne sammenligne de to fenomenene tok jeg i bruk metoder fra visuell kultur, for å analysere de utvalgte visuelle uttrykkene. Jeg anvendte den tysk-amerikanske kunsthistorikeren Erwin Panofsky og hans analysemodell for å fremme hvordan visuelle uttrykk formidler mening (Larsen, & Lien, 2008, s. 424). I tillegg har jeg brukt den engelske kunsthistorikeren Michael Baxandall sin fremgangsmåte om å stille spørsmål i forhold til det visuelle uttrykkets kontekst, der det visuelle uttrykket er svaret (Larsen, & Lien, 2008, s. 424). Helt i starten av oppgaven har jeg presentert viktige begreper i forhold til masteroppgaven, hvor betydningen av begrepene i denne sammenhengen blir avklart og fremmet. Før analysen av de visuelle uttrykkene, var det derfor naturlig å få en bedre forståelse av begge fenomenene, som bakgrunnshistorie og opprinnelse. Jeg foretok en analyse av et representativt utvalg for hvert av temaene. Innenfor begge fenomenene memes og kulturjamming har jeg foretatt en avgrensning i forhold til hvilke typer visuelle multimodale uttrykk som ble analysert. Mitt fokus har først og fremst vært på den visuelle siden, og har vært avgrenset til bilder. Ikke installasjoner, videoer, GIFs eller andre former for memes eller kulturjamming.

Nøkkelord: meme, kulturjamming, kvalitativ metode, fenomenologi, visuell kultur, komparativ analyse, Panofsky, Baxandall, jam, internettmem, analyse, mem

Engelsk sammendrag (abstract)

This master thesis is a comparative phenomenological study, where I am taking a closer look at the phenomenons; cultural jamming and memes, I will compare their similarities and differences. My focus is to investigate whether memes and cultural jamming are the same, or whether they only use the same type of means to create changes in the visual expression to convey their message.

In order to compare the two phenomena, I used visual culture as a method to analyze the selection of visual expressions. I used both Panofsky and Baxandall's analysis models to investigate the tools used by the creators of each individual phenomena. Right from the beginning of the thesis I have presented important concepts in relation to the master thesis, where the meaning of the concepts in this thesis are clarified and presented.

Before I began analyzing the visual expressions, it felt natural to gain a better understanding of both phenomena. Because of that, I went into their background history and origin. After examining what lies within the concepts of cultural jamming and memes, and figured out what their important characteristics were. Afterwards I did an analysis of a representative sample for each of the topics. I have made a demarcation of the types of visual multimodal expressions that were analyzed within both phenomena, cultural jamming and memes. My focus has primarily been on the visual side, and has been limited to images, meaning I've excluded installations, videos, GIFs or other types of cultural jams and memes.

1. Innledning

Denne teksten omhandler forbindelser mellom internettfenomenet memes og fenomenet kulturjamming. Jeg ønsket å se nærmere på memes som et fenomen som har oppstått og foregår i sosiale medier. I tillegg vil jeg også se kulturjamming som er en form for offentlig aktivisme, en respons mot kommersialisme og bedrifter. Grunnen til at jeg har valgt disse to fenomenene memes og kulturjamming, er fordi begge handler om bemerkelsesverdige former for visuelle uttrykk som blander og gjenbraker popkultur, politikk, personlige perspektiver i form av bilder og videoer, som eksisterer både i det offentlige rom og sosiale medier.

I denne masteroppgaven benytter jeg kvalitativ metode. Med ordene kvalitativ metode “menes forskning prosedyrer som gir beskrivende data; mennesket egne skrevne eller talte ord og observerbare atferd” (Olsson, & Sørensen, 2003, s. 68). Innenfor bruken av kvalitativ metode er det vanlig å prøve å finne de “kategorier, beskrivelser eller modeller som best beskriver et fenomen, eller en sammenheng i omverdenen, eller i individets livsverden” (Olsson, & Sørensen, 2003, s. 68). I denne oppgaven beskriver og undersøker jeg to fenomener, memes og kulturjamming, etter å ha redegjort for begge fenomenene, satte jeg søkelys på eksempler innenfor hvert av temaene, som ble sammenlignet i lys av teori fra fagfeltene fenomenologi og visuell kultur. Innenfor kvalitative metoder får en mange opplysninger om få enheter, og fokuset er ofte på det unike (Olsson, & Sørensen, 2003, s. 68). I analysen har jeg presentert tre eksempler innenfor kulturjammingen, og tre i memes, der de alle har en representasjon i form av bilde eller tekst. I analysen har jeg presentert tre med utgangspunkt i form av tekst eller bilde innenfor kulturjammingen, og tre i memes, der alle utgangspunktene har gjennomgått en utvikling til en meme eller en kulturjam.

Østbye, Helland, Knapskog og Larsen refererer til Grønhaug, han skiller mellom tre ulike hovedtyper undersøkelse, hvorav en er eksplorativ undersøkelse, som har som mål å bli kjent med undersøkelsesobjektet og problemfeltet (Grønhaug, referert i Østbye et al., 2007, s. 265). Østbye, Helland, Knapskog og Larsen, fremmer at når en skal forsøke å svare på relativt brede spørsmål, som for eksempel min problemstilling, må en velge å gå dypt inn i én eller få enheter eller å undersøke mange enheter på en mindre grundig måte (2007, s. 266). I min oppgave har jeg derfor valgt å analysere et mindre utvalg memes og kulturjammer. I motsetning ville et stort utvalg ha gitt større muligheter for å generalisere

resultatene (Østbye et al., 2007 s. 267), men det ville kanskje også blitt mer utfordrende å oppnå en grundig beskrivelse av fenomenene, som jeg har ønsket å gjøre. Videre fremmer de: ”Hvis vi skal undersøke én eller noen få enheter og ikke foreta en strategisk generalisering, er det ofte bedre å foreta et skjønnsmessig, strategisk utvalg enn å bruke tilfeldig utvalg” (Østbye et al., 2007, s. 267).

1.1 Struktur av oppgave

Helt først i mitt prosjekt presenterer jeg selve problemstillingen og mitt mål med den, før jeg har et mindre kapittel som tar for seg avklaring av sentrale og viktige begrep, som jeg har benyttet meg av. Deretter presenterer jeg metodevalget mitt, kvalitativ metode med fenomenologi, der teorier fra visuell kultur ble brukt for å undersøke og tolke bildene i oppgaven.

Begrepene fenomenologi og visuell kultur blir avklart i kapittel 2.2 og 2.1, og hovedpunktene i masteroppgaven min, memes og kulturjamming kommer i kapitlene 3 og 4. Bakgrunnshistorien til både memes og kulturjamming ble presentert, før jeg forklarte dypere hva som lå i begge begrepene. Her har jeg lagt frem eksempler fra min undersøkelse av fenomenene, men på grunn av at feltene er veldig innholdsrike, gjorde jeg et konkret utvalg, og satte søkelys på noen visuelle uttrykk i form av bilder. I hoveddelen har dette perspektivet dreid seg om en analyse av utvalget. Eksempelvis finnes det memes som er GIFs, og videoer med musikk, og installasjoner, disse blir ikke tatt med i betraktning. Avslutningsvis har jeg sammenfattet alle dataene jeg har funnet, før konklusjonen som blir presentert avslutningsvis.

1.2 Formål, problemstilling og utvalg:

Mitt mål med dette prosjektet har blant annet vært å få en dypere forståelse av fenomenene memes og kulturjamming, for å prøve å knytte disse sammen, som også er en måte og formidle noe i digitale medier.

For å belyse temaet som omhandler undersøkelse av samtidige kulturelle og kreative representasjoner som memes og kulturjamming; og eventuelle forbindelser mellom disse fenomenene, har jeg valgt følgende problemstilling for denne oppgaven:

Problemstilling:

Hvordan anvendes visuelle virkemidler i memes og kulturjamming, og finnes det forbindelser mellom de to fenomenene?

I problemstillingen har jeg presisert at jeg ville forholde meg til en anvendelse av visuelle virkemidler for å avgrense undersøkelsen. Jeg har derimot ikke spesifisert hvilke memes og kulturjamming fenomener jeg ville se nærmere på, men jeg har måttet ta noen valg når det gjelder metode og forskningsdesign som gir noen avgrensninger.

Utvalg

For å foreta et utvalg av memes har jeg foretatt en undersøkelse med utgangspunkt i tekster om memes og forespørslar i miljøer som aktivt bruker memes, til å finne gode representasjoner for memes. Det har henvist meg til ulike sosiale medier der memes blir benyttet, i tillegg til å ha kommet med konkrete eksempler på memes som de bruker. For utvalget av kulturjammer har jeg tatt inspirasjon fra noen av kildene som jeg har sett igjennom, deriblant Naomi Klein (2002). Mer om utvalget blir tatt opp senere i oppgaven.

1.3 Begrepsavklaringer

I dette kapitlet tar jeg for meg en del viktige begreper som vil bli brukt i mitt masteroppgave-prosjekt. Definisjonene som blir lagt frem er de jeg valgte å forholde meg til i denne oppgaven, da det er noen som til tider har flere betydninger eller nyanser. Helt først presenterer jeg kort om de to fenomenene jeg har analysert, selv om at en utdypning av begge fenomener blir presentert i hvert sitt kapittel fra side 31.

Memes

Ordet “memes” kan også sies som “mem” på norsk, og har offisielt vært et ord i Norge siden 2016 (språkrådet, 2016, avsn. 1). Den første definisjonen av ordet “memes” var det Dawkins som lagde, der han fremmer at “alt ikke-genetisk vi mennesker gjør, er en meme” (Dawkins, 1989, s. 192). Castaño Díaz forklarer at det finnes to forskjellige definisjoner på ordet meme, der det ene blir kalt for “meme-gene” og det andre “meme-virus” (2013, s. 82). “Meme-gene” er en utvikling av Dawkin’s definisjon av ordet “meme”, der han forklarer at meme er

spredt gjennom generasjoner, som i ritualer og i sladder mellom mennesker (Díaz, 2013, s. 94). Det er en analogi basert på gener, selv om de trenger en vert for å gjenskape deres spredningshastighet og rekkevidde, avhenger av typen meme-overføring (Díaz, 2013, s. 94). “Meme-virus” er definert ut ifra Lamarck sin teori om evolusjon, der agentene (altså memes), gjør en innsats for dens reproduksjon, som igjen påvirker innsatsen for neste generasjon (Díaz, 2013, s. 94). Som navnet “meme-virus” tilsier, er analogien basert på virus, kompleksiteten av denne definisjonen av memes, gjør at memes diversifisere seg fra representasjon til enheten for imitasjon (Díaz, 2013, s. 94). Denne forklaringen betyr at en memes mål er å bli delt videre, og å få laget nye iterasjoner, for deretter å bli delt videre igjen, og igjen (Díaz, 2013, s. 94). Når en referer til “internett-memes” gir det mening å si at begge analogiene, “meme-gene” og “meme-virus” er riktige å si, der visse egenskaper som bare er egnet av sitt eget slag, noe som igjen tillater fremveksten av nye mønstre, for utveksling og reproduksjon (Díaz, 2013, s. 101-102). På internett er skaperne av memes ofte anonyme, noe som gjør at opphavet til memen kan være vanskelig å spore. Originalt var memes ofte bilde-makroer, det vil si redigerte bilder sammen med en morsom tekst, men memes har siden da, utviklet seg videre til å bli, blant annet videoer med lyd, emojis, og redigerte bilder i form av fotografier som er foretatt endringer på.

Kulturjamming

Ifølge Naomi Klein kan kulturjamming kort forklares som “... alt som blander kunst, media, parodi og den utenforstående synsvinkel” (Klein, referert i Tanggaard, 2006, s. 8). Ordboken “Open Education Sociology Dictionary” beskriver fenomenet kulturjamming slik: kulturjamming kan bli sett på som handlinger der en modifierer annonser i massemediene, slik at de formidler et nytt budskap, som er en kontrast til det som opprinnelig var ment, eksempelvis så brukes det sitater som motsier den opprinnelige betydningen som var skrevet (Bell, 2013-2020). Kulturjamming kan videre forklares som “bricolage”, som betyr “gjør det selv” (Hoechsmann & Ponyz, 2012, s. 58). Fenomenet kulturjamming ble laget som en reaksjon til hvordan samfunnet arter seg i forhold til kritikk av hvordan reklame fra store selskaper ble dyttet på enkeltindividet, uten at han eller hun skulle kunne gjøre noe med det. Personer som Rodrigues tok saken i egne hender, og malte over reklamen på store reklametavler og dro frem det han mente var det egentlige budskapet, og/eller hva reklamen gjorde mot samfunnet (Klein, 2002, s. 204-205).

Representasjon

Empirien i denne masteroppgaven er noen utvalgte eksempler av memes og kulturjamming. Disse fenomenene er kulturelle og kreative representasjoner i samtiden. Representasjon på norsk blir anvendt som synonym til fremstilling (Bale, 2009, s. 27). I følge Bale har det derfor en tvetydighet ved seg, ved at det på den ene siden kan representere bety å presentere eller visualisere noe som allerede finnes på nytt (Bale, 2009, s. 27). Eller på den andre siden kan det bety å produsere og skape noe nytt (Bale, 2009, s. 27). Disse betydningene av begrepet er det som fortrinnsvis gjelder i denne oppgaveteksten, selv om begrepet også kan handle om etterligning. Ifølge Foucault er representasjon basert på at en skal løsrive likhet fra etterligning, ved at en undergraver etterligningen ved hjelp av likheten (Foucault, sitert i Bale, 2009, s. 45.). Ordet etterligning baseres på en modell, eller noe originalt som skal etterlignes, der det handler om hvor godt det en klarer er hierarkisk ordnet, etter hvor godt samspill det har i forhold til originalen (Foucault, sitert i Bale, 2009, s. 45.). Likhet kan sies å handle om “repetisjon” i stedet for “representasjon”, der repetisjonen svekker representasjonen på grunn av at den “setter spørsmålstegn ved hva som er original og hva som er kopi” (Foucault, sitert i Bale, 2009, s. 45.) I memes og kulturjamming er det nettopp et poeng at originalen skal bearbeides slik at en setter spørsmålstegn, ikke bare til hva som er original og kopi, men også at disse er blitt bearbeidet slik at det oppstår noe nytt.

Komparativ studie

“Thinking without comparison is unthinkable. And, in the absence of comparison, so is all scientific thought and scientific research” (Swanson, referert i Ragin, 2014, s. 1) Smelser fremmer at komparativ vitenskapelig utredning ikke kan forklare som en; “undersøkelse som er uavhengig av resten av vitenskapelig utredning,” og at en “analyse av fenomener i åpenbart forskjellige enheter, ikke skal ha noen metodisk problem som er unikt for seg selv.” (Smelser, referert i Ragin, 2014, s. 2). Ifølge Smelser fungerer kontinuiteten mellom komparativ og ikke komparativt arbeid, fordi de respektive målene er identiske, de er laget for å forklare fenomener som er sosiale, ved å få kontroll over forholdene og årsakene til variasjonen (Smelser, referert i Ragin, 2014, s. 2).

Visuell kultur

Teoretikerne Schwartz og Przyblyski fremmer at visuell kultur blir definert av studiens gjenstander, eksempelvis, skulpturer eller maleri, og ikke for deres estetiske verdi i seg selv,

men betydningen gjenstanden har, og de visuelle opplevelsene som skapes i bestemte historiske sammenhenger (2004, s. 6-7).

Anvender vi Schwartz og Przyblyskis definisjon av visuelle kultur, på dagens visuelle kultur, gir det mening å plassere både memes og kulturjamming under studiens gjenstander, da ingen av dem lages for bildene i seg selv, men den betydningen de har for folk i forhold til deres betraktere. Eksempelvis bruken av memes i dagens samfunn, hvert individ bruker memes forskjellig, ilegger dem mening og tolker dem forskjellig.

Memescape:

Memescape kan bli forklart som et sted der memes lages og brukes, og ifølge W. O. Cawley Jr. er memescape en plass hvor en kan plassere, gjemme, akseptere, avslå eller ødelegge en meme, mens den reiser fra et menneske/bruker til et annet (W. O. Cawley Jr. 2006, avsn. 1). Ulike nettsteder har ofte forskjellig søkelys på memes, et eksempel på et slikt sted kan være digitale plattformer som, FunnyJunk, Facebook, Twitch, reddit eller 4chan. Inne på Twitch lages det ofte nye memes i form av emojis, og på reddit deler de mest nye bilder med tekst.

Digitale medier

Digitale medier er i utgangspunktet et selvforklarende begrep, men jeg velger her å vise til hvilken definisjon jeg i min masteroppgave benyttet. Terminologien “digitale medier” har eksistert siden 1990, og ble den gang brukt først sammen med den engelske termen “computer graphics” som på norsk kan bli oversatt til “data-grafikk” (Manovich, 2001, s. 4). For å forklare litt om hva digitale medier er, velger jeg å dra frem et sitat fra Ess:

“... digital media represent strong continuities with earlier forms of communication and information media such as printed books, journals, and newspaper, what we now call “hardcopy” letters, and for example, traditional forms of mass media that include not only newspapers but also “one-to-many” broadcast media such as radio and TV” (2014, s. 9).

Når internett kom, ble det mulig å gå fra monolog til dialog, medier blir ikke bare enveiskommunikasjon, men toveiskommunikasjon. (Furu, 2012, s. 10). Det vil si at digitale medier er en utvikling fra monolog til dialog, nyheter og annen informasjon kan spres raskere og til flere på en kortere tid, i tillegg kan også “seerne” delta, ved å kommentere tilbake eller bare dele informasjonen videre til flere. Begrepet “digitale medier” er en

overordnet forklaring på medier som kan spres via sosiale medier, reklame, både på internett eller via aviser, tabloider eller digitale reklametavler.

Sosiale medier:

På samme måte som at “digitale medier” er et selvforklarende begrep, er også “sosiale medier” det, men for å vise til hvilken definisjon av begrepet som jeg har tatt i bruk, velger jeg å ha en forklaring på det. Ida Aalen betegner sosiale medier som et “sekkebegrep uten noen anerkjent definisjon”, men at det samtidig er 2 trekk hun mener er avgjørende for begrepet (2016, s. 19). Det første hun drar frem, er at det ikke er et klart skille mellom avsenderen og publikum. En person kan være både produsent og forbruker. Eksempel på dette kan være et innlegg en skriver og legger ut på Facebook, da er vi produsent, men hvis en leser et innlegg til noen andre, er vi forbrukere. Det andre Aalen drar frem er at en lett kan ha “mange-til-mange” kommunikasjon i sosiale medier, enten via “gruppechats” på for eksempel Messenger, eller private og/eller åpne Facebook grupper (2016, s. 19). Dette gjør at sosiale medier er en unik videre-utvikling av brev og telefonsamtaler, i begge disse eksemplene er det vanskelig å ha en samtale med mer enn en person samtidig.

Medier

I min masteroppgave valgte jeg å bruke Elleström sin definisjon for å forklare hva “medier” under sosiale og digitale medier betyr. Først og fremst vil jeg si at “medier” er bestemt flertallsform av ordet “media”, og brukes eksempelvis i ordet “massemedium”. Ifølge Elleström kan en ikke beskrive “medium” med en enkel definisjon, derimot velger Elleström å dele ordet opp i tre kategorier som bedre forklarer ordet (2010, s. 12).

- Basic and qualified media are abstract categories that help us understand how media types are formed by very different sorts of qualities.
- Technical media are the very tangible devices needed to materialize instances of media types.
- Consequently, when talking about a medium without specifications, the term can refer to both a media category and a specific media realization.

Ut ifra hva Elleström forklarer her, vil jeg si at hvis en bruker ordet “medium” alene, kan det bety forskjellige ting, derimot hvis en bruker det i en sammensetning vil det kunne få en mer helhetlig betydning. I tillegg fremmer Elleström at en ikke skal se på disse kategoriene som en måte å splitte ordet medium opp, men at kategoriene komplimenterer hverandre (2010, s. 12). Men selv om at Elleström velger å kategorisere ordet medium på denne måten, har han

også en mer konkret definisjon på ordet, “A medium is a channel for the mediation of information and entertainment” (2010, s. 12). På norsk betyr dette sitatet at et medium er en kanal, for å gi ut informasjon og underholdning, og det er denne definisjonen jeg velger å bruke når jeg drar ordet videre sammen med både sosiale og digitale medier.

Sosiale nettverkstjenester

På engelsk heter dette “social network service”, eller forkortet “SNS”, Aalen betegner dette begrepet som en undersjanger av sosiale medier. Aalen drar frem en anerkjent definisjon, som hun har funnet fra forskerne Boyd og Ellison i 2007, men som senere ble oppdatert i 2013 (Boyd og Ellison, referert i Aalen, 2016, s. 19-20). Boyd og Ellison fremmer at SNS har tre krav som det må oppfylles for at det skal være en nettbasert kommunikasjonstjeneste,

- Hver bruker har sin egen *profil* som består av innhold skapt av brukeren selv, at andre brukere og/eller av systemet.
- Brukeren kan lage en liste over *relasjoner* (venner, følgere eller lignende) på tjenesten. Lista er synlig for andre brukere, og en kan gå videre til de andre brukernes profiler fra lista.
- Brukeren kan forbruke, produsere og/eller interagere (*likes*, kommentarer eller lignende) med *nyhetsstrømmer* av brukergenerert innhold fra koblingene deres på tjenesten

(Boyd og Ellison, referert i Aalen, 2016, s. 20). Eksempler på SNS-sider kan være Facebook, Twitter, YouTube, eller lignende (Boyd og Ellison, referert i Aalen, 2016, s. 19). En nettside som er en SNS-side som også er relevant for memes, er blant annet reddit, som oppfyller disse kravene. Aalen fremmer videre at SNS enten bruker å være synkrone, eller asynkrone relasjoner, og forklarer at synkrone relasjoner betyr at en relasjon må være gjensidig, det vil si at den ene parten må sende en forespørsel, og den andre må akseptere denne, for at en enkelt skal kunne kommunisere med hverandre. Spesifikke eksempler på en SNS-side som er synkron er, for eksempel Facebook. Asynkrone relasjoner er derimot en SNS-side der en kan velge å abonnere på noen, og få med seg hva han eller hun sier på den valgte kanalen, uten at vedkommende må gjøre noe som helst tilbake. På eksempler som benytter seg av asynkrone relasjoner nevner Aalen; Twitter, YouTube, Pinterest eller spesifikke Facebook sider som folk har opprettet (Boyd og Ellison, referert i Aalen, 2016, s. 20).

Emoji

En emoji er kort forklart grafiske symboler og emoticons (Lee, 2017, s. 4). Ifølge nettstedet Grammarist, stammer ordet “emoji” fra japansk, og er kombinert av de japanske ordet for bilde, “e”, og “moji” som betyr karakter (Grammarist, u.å. avsn 1). På norsk ville dette blitt “bilde-karakter”, men “emoji” er ordet som blir brukt også på norsk.

Image macros / bilde-makro

Ifølge nettstedet “Know Your Meme” definerer de “image macros” som et begrep, for å beskrive bildetekster som består av en vittig melding eller frase, sammen med et bilde (image macros, 2019, avsn, 1). Videre forklarer de at en også bruker bilde-makroer for å formidle reaksjoner eller følelser overfor andre medlemmer av internettssamfunnet, det kan også sees på som en videreutvikling av emoticons (image macros, 2019, avsn, 1).

Intensjonalitet

Intensjonalitet er et nøkkelbegrep i fenomenologisk tenkning, og assosieres med “en menneskelig tilbøyelighet” (Kvarv, 2014, s. 91). Videre skriver Kvarv at intensjonalitet handler om at en er bevisst på at bevisstheten er rettet mot noe (2014, s. 91). Et eksempel Kvarv drar frem er et sitat fra Zahavi 1997:21, der intensjonalitet blir beskrevet slik: “I analyser av bevissthetens vesensstruktur legger Husserl i særlig grad vekt på en type opplevelser som er karakterisert ved å være bevisst noe, dvs. karakterisert ved deres rettethet mot gjenstander - ved deres intensjonalitet” (Zahavi, referert i Kvarv, 2014, s. 91). Kvarv stiller så et spørsmål om at Husserl sin fenomenologi kan bli sett på som en metode eller en filosofisk anskuelse, men dette blir allerede besvart når han definerer denne type retning som en “vitenskapelig tilnærming til bevissthetens essensielle strukturer” (2014, s. 91). Som en avslutning til hva intensjonalitet er drar Kvarv frem et til sitat fra Zahavi: “Intensjonalitet er ikke et forhold som kommer i stand via et eksisterende objekts påvirkning, men er derimot et indre kjennetegn ved bevisstheten” (Zahavi, referert i Kvarv, 2014, s. 92). Det Kvarv og Zahavi fremmer om intensjonalitet er at bevisstheten er bevisst, og hvordan en tenker å gå frem når en skal til å foreta noe, enten det er å beskrive en ting fra en drøm, noe i virkeligheten, eller hvordan en skal forholde seg til den. I sammenheng med min masteroppgave kan intensjonalitet knyttes opp mot de intensjonene en har med memes og kulturjamming, noe som gjør at fenomenologien er veldig relevant for min master.

2. Metode og gjennomføring

I dette metodekapittelet presenterer jeg valg av metode, litt bakgrunnshistorie om metoden, før jeg plasserer prosjektet inn under den valgte metoden, jeg vil også fremme noen tanker om hvorfor metoden passer for min oppgave. Valget av empiri som analyseres vil også bli begrunnet nedenunder. Jeg har valgt tre eksempler bilde eller tekst fra kulturjamming, og tre fra memes, som det er blitt laget og videreutviklet memes, og kulturjammer av. Noen av memes har flere bilder som blir fokusert på, og derfor analyserer jeg totalt 14 bilder.

Østbye, Helland, Knapskog og Larsen skriver noe om tekstanalyse som billedanalysen kan suppleres med; “tekstanalyse handler om tekster. En analyse av actionfilm og skrekkfilm kan gi oss kunnskap om virkemidler og innhold i disse sjangrene, men ikke om hvordan publikum opplever filmene, eller hvilke virkninger de har på publikum” (2007, s. 67).

I min analyse av bildene har jeg satt søkelys på virkemidlene som ble brukt, og hvordan det får dem til å fremstå. Perspektivet i min masteroppgave dreide seg ikke om hvordan folk opplever memes og kulturjamming, men om hvilke fellesnevnerne og forbindelser fenomenene har. I problemstillingen er det et relativt stort spørsmål knyttet opp til disse fenomenene, og som Østbye, Helland, Knapskog og Larsen skriver, må en i noen tilfeller, foreta et valg når en skal gjøre generelle konklusjoner. Enten har en mange enheter og vil få mer generaliserende resultater, eller bruke få enheter og kunne gå dypere inn i hver enkelt av dem (2007, s. 266). I min masteroppgave har jeg som empiri valgt å bruke få enheter, som jeg analyserer dypere, og undersøke og belyse virkemidlene de bruker, fortrinnsvis kvalitet til fordel for kvantitet.

2.1 Kvalitative metoder

“Med kvalitative metoder menes forsknings prosedyrer som gir beskrivende data; menneskets egne skrevne eller talte ord og observerbare atferd” (Olsson & Sørensen, 2003, s. 68). Kort forklart er forskeren subjektiv i kvalitativ forskning, og hvis det er et forskningsprosjekt som innebærer intervju og undersøkelser, har en ofte en mer langvarig kontakt med forskningsobjektet enn i kvantitativ forskning. Kvalitativ forskning er relevant fordi jeg vil undersøke og belyse beskrivende data, i form av hvilke virkemidler og verktøy som brukes i visuelle uttrykk, for å oppnå ønsket betydning. For å finne ut hvilke verktøy og virkemidler som brukes, må jeg beskrive forbindelser via likheter og ulikheter i de visuelle

uttrykkene, og sammenligne dem. Forskningen er mer fleksibel, og en går trinnvis dypere inn i de ulike problemstillingene en har. Forskningen er basert på en utvikling der fenomenet blir forklart og teorien oppdaget etter hvert som en arbeider. I kvalitativ forskning er det et veldig lite antall individer kontra i kvantitativ forskning, mens antall variabler er store. I mitt tilfelle er det derimot et lite antall visuelle uttrykk, i stedet for individer som blir tatt i betraktning. I tillegg gjelder kvalitativ forskning for spesifikke miljøer, tidspunkter og omstendigheter, der en går dypere til verks. (Olsson & Sørensen, 2003, s. 16). Både memes og kulturjamming er begge fenomener som er innenfor spesifikke miljøer, og det ikke noe som alle tar i bruk. Kvalitativ metode passet best til min masteroppgave fordi gjennom å undersøke fenomenene har jeg foretatt et utvalg av noen visuelle uttrykk, fra fenomenene memes og kulturjamming. Med de memes og kulturjammer som jeg tar utgangspunkt i, for å finne forbindelser mellom de to fenomenene gjennom en komparativ undersøkelse. I tillegg er det viktig å få frem at memes og kulturjamming noe som eksisterer innenfor enkelte miljøer, det vil si at selv om at mange har hørt om emnene, interagerer ikke alle med dem. Mitt mål med masteroppgaven var å få en dypere forståelse til fenomenene, og da passer det veldig godt å kunne gå dypere til verks via en undersøkelse, i stedet for å samle inn masse ulike dataer som en vanligvis gjør i kvantitativ forskning.

I denne oppgaven har jeg foretatt en undersøkelse der jeg har samlet inn og undersøkt data, i form av ulike memes og bilder som brukere/kulturjammere har tatt i bruk, og foretatt endringer på. Dataene som jeg har samlet inn, har jeg sortert og analysert. Deretter foretok jeg en seleksjon, der jeg gjør valg av hvilke typer memes og kulturjammer som blir dratt med videre i oppgaven. Dette på grunn av at det finnes veldig mange typer memes og uttrykk i kulturjammingen. Jeg har valgt å ta i bruk den kvalitative metoden fenomenologi, men med en innfallsvinkel av visuell kultur, for å fortolke bildene som er tatt i bruk. Derimot, har jeg også hatt i bakhodet det Olsson og Sørensen fremmer i bakhodet, "en fortolkning kan aldri gi et fullstendig bilde av en situasjon eller et fenomen, for virkeligheten er ikke statisk, men i stadig forandring." (2003, s. 103). Det vil si, at selv om at jeg prøver å gi et fullstendig bilde av det som blir foretatt, vil det aldri være det samme som den faktiske situasjonen. Hvor dypt en velger å gå i fortolkningen og behandlingen av det jeg har samlet inn, har også noe å si på hvordan resultatene blir (Olsson & Sørensen, 2003, s. 103). Ved å ta i bruk fenomenologien, har jeg fått et bedre overblikk over memes og kulturjamming, og fått sett på hva vi mennesker legger i de ulike fenomenene.

2.2 Fenomenologi

2.2.1 Hva er fenomenologi?

I Husserls fenomenologi betyr ordet “fenomenologi” - “Læren om det som viser seg” (Kvarv, 2014, s. 87), i mitt tilfelle har det vært utvalget av memes og kulturjammer som jeg har tatt for meg. Ifølge Bengtsson blir det en misforståelse om en prøver forklare “fenomenologi” som en ting (Bengtsson, 1999, s.11). I stedet mener han, at den har ulike variasjoner, Bengtsson argumenterer videre, at dette er grunnen til at vi har betegnelsen fenomenologiske bevegelser (1999, s.11). Selv om at det finnes ulike typer fenomenologier, så har de noen fellesnevnerer som gjør at de henger sammen. Det første Bengtsson fremmer, er at en skal “gå tilbake til tingene selv”, og ut ifra dette utsagnet kan en få minst to (hypo)teser, (1) En endring i tingene og (2) en medfølelse for tingene (1999, s.11).

Bengtsson argumenterer videre at fenomenologien egentlig gir oss “et realistisk, objektivt, eller til og med et positivistisk inntrykk”. Fenomenologien kan bli sett på som en ny type realisme, og er et vendepunkt der fokuset er på tingene, samtidig som subjektet. Et eksempel, kan være memen i seg selv, men også på vedkommende som bruker den, et annet kan være en jam, kulturjammen har et budskap, men hvilken betydning får budskapet til personen som ser den.

Videre skriver Bengtsson at ting er bestandig ting for noen, og aldri ting i seg selv, en meme er aldri bare en meme, den har også en mening bak seg. Dette betyr imidlertid ikke at fenomenologien kan gjøre opp for de konstante opposisjonene av realisme, idealisme og subjektivitet. Den grunnleggende betydningen av den fenomenologiske teorien om intensjonalisme er at “tingene overskrider subjektet og kan ikke returneres til subjektet i seg selv. Ting er alltid rettet mot noe annet enn seg selv” (Bengtsson, 1999, s.11-12).

Et annet viktig spørsmål om hva fenomenologien er, er på hvilken måte skiller den seg fra andre vitenskapsteoretiske retninger? Her fremmer Gunnar Skirbekk og Nils Gilje at “fenomenologien, som en lære om fenomenene, stikkordsmessig kan sies å være en filosofisk retning som vil beskrive hendelser og handlinger slik de ter seg” (Skirbekk & Gilje, referert i Kvarv, 2014, s. 88). Til forskjell fra de andre natur vitenskapsteoretiske retningene har fenomenologien større fokus på å undersøke og belyse bruksgjenstandene og

slik de ter seg for oss (Kvarv, 2014, s. 88). Et problem som ofte blir dratt opp som et motargument til fenomenologien, er at en ikke kan bevise eksistensen av den ytre verden, men Husserl foreslår derfor at en bare må godta at objekter har en uavhengig eksistens, så en bør ikke grave seg ned i slike uløselige spørsmål.

Fenomenologien sitt utspring

Den fenomenologiske tenkningen har sitt utspring fra begrepet “intensjonalitet”. Kvarv fremmer at “alle menneskelige bevisstheter kjennetegnes av intensjonalitet”, det vil si at ens bevissthet har fokus på noe bestemt, eksempelvis et objekt eller lignende. Disse “intensjonale fenomener” må vi forstå, og for å kunne forstå dem, må fenomenene fortolkes (Kvarv, 2014, s. 87). Dette var litt av det jeg ønsket å foreta meg i denne avhandlingen, både memes og kulturjammer lages ikke bare for å bli lagd, personer som tar seg tid til å lage dem har bestandig noe de vil få frem på en eller annen måte.

2.2.2 Anvendelse av fenomenologi

I dette avsnittet ønsker jeg å dra frem perspektivet og fremstillingen som filosofen *Edmund Husserl* (1859-1938) legger frem, hans fremstilling er en moderne variant av fenomenologi som en vitenskapelig retning. Formålet med fenomenologi er å “klarlegge intensjonale akter som ligger under og konstituerer ytre objekter.” (Kvarv, 2014, s.88). Det vil si at Husserl prøver å forklare ting som de faktisk viser seg, uten at en har noen forventninger, teorier eller hypoteser om det. Kvarv fremmer også at formålet til fenomenologien er beskrivelsen og undersøkelsen av verden, slik som vi opplever den akkurat der og da. Ved å undersøke verden slik, må vi prøve å stå imot hvordan vi egentlig tenker og ser den, og fordømmer som vi har, må vi prøve å legge til side for å kunne prøve å betrakte ting i et “første erfaringsperspektiv” (Kvarv, 2014, s. 87). I motsetning til kulturjamming, så er memes noe jeg har sett blitt brukt av venner omkring meg, og det har vekket en interesse som jeg har hatt lyst å finne mer ut av.

En annen måte å beskrive hva Husserl mener om fenomenologien sitt mål, er at en prøver å “komme fram til utvetydig kunnskap om opplevd erfaring” (Olsson & Sörensen, 2003, s.102). Ergo, fenomenologien sitt mål er å gi forståelse, og få korrekt kunnskap om hva en har erfart. Edmund Husserl er også den som er opphaveren for livsverdensfenomenologien, og med den hadde han to mål, “dels en sikker og utvetydig kunnskap,” og “dels kunnskap

om opplevd erfaring” (2003, s.110). Han forklarer det slik, “Den opplevde erfaringen skal beskrives akkurat slik en person opplever den i øyeblikket”. Eksempelvis, prøver en å forklare de første tankene en får, etter å ha sett eller lest en meme eller jam.

Når en beskriver en opplevelse i fenomenologien, skal en se bort ifra spørsmålet om det faktisk er en virkelighet bak, opplevelsen skal ikke tas i betraktning (Husserl, 2003, s. 110). I fenomenologien er fokuset på opplevelsen, ikke dens opphav eller årsak. Det vil si at opphavet til memen eller kulturjammen ikke er fokuset, men hvordan den tolkes og undersøkes i etterkant. En må med det passe på at en gjør det Husserl kaller for “sedimentering” eller “den fenomenologiske reduksjonen”, den innebærer at en prøver å la være å felle noen dom om eksistensen, eller ikke-eksistensen av opplevelses innholdet (2003, s. 110). Ved å gjøre den fenomenologiske reduksjonen prøver en å isolere det en vet fra før om fenomenet, og prøver å undersøke og belyse det med forutsetningsløse øyne.

Fenomenologien har også som hensikt å prøve og å beskrive fenomener slik de inngår i ulike sammenhenger, samtidig som de også prøver å finne hvilke vilkår som gjør at menneske kan interagere med *livsverdenen* (Kvarv, 2014, s. 87-88). Livsverden brukes i sammenhenger der en taler om verden vi lever i - med gjenstander, aktører og språklige uttrykk - slik de ter seg for brukerne. Livsverdenens innhold beskrives som den konkrete virkeligheten som kan erfares gjennom våre sanser, det er den vi daglig omgir oss med, og som vi lever våre liv i (Kvarv, 2014, s. 91). “Livsverden er den verden folk møter i hverdagslivet, og som utgjør en direkte og umiddelbar opplevelse, uavhengig av eller før noen forklaringer (Olsson & Sørensen, 2003, s.110). Husserl er en av de som mente at den positivistiske filosofiens mekaniske perspektiv, utelukket det mer hverdagslige i livsverdenen. Det vi mennesker erfarte i vårt daglige liv ble tatt for gitt, (Olsson & Sørensen, 2003, s.102). Fenomenologien sitt fokus er å “klargjøre både *det som fremtrer* og *på hvilken måte det fremtrer*”. (Olsson & Sørensen, 2003, s. 110). Drar vi inn dette mot mitt prosjekt, betyr det at en for eksempel skal forklare jammen, og forklare hvordan den fremtrer. Som er beskrevet tidligere i oppgaven, er det hele tiden viktig at forskeren underveis prøver å isolere sine forkunnskaper og identifisere vesentligheter i beskrivelsene (Olsson & Sørensen, 2003, s. 110). I mitt tilfelle vil det si å legge til side det jeg kunne om memes og kulturjamming, for å prøve å se på det med nye øyne.

Etter å ha undersøkt og reflektert over både memes og kulturjamming, opplevdes det etter hvert rett ut å kalle begge for kulturfenomener, en av grunnene er fordi det er noe vi mennesker har oppfunnet, og dratt inn i samfunnet. Fenomenologien handler om erfaringer og objekter, og vårt forhold til objektene, objektene i denne teksten er ulike utvalgte uttrykk i form av bilder med og uten tekst, som ligger under kategoriene memes og kulturjamming. Det jeg undersøkte var hvordan disse to fenomenene kan bli analysert, forstått og hvilke meninger de skapte. Siden en kan undersøke og belyse både memes og kulturjamming som menneskelige fenomener, kan en derfor utføre en kvalitativ forskningstilnærming av subjektene, og da i form av fenomenologisk perspektiv. Ifølge Olsson og Sörensen kan en tolke disse fenomenene, og deres mulige variasjoner innenfor den satte rammen for menneskelig erfaring, og med det tatt i betraktning, kunne jeg komme frem til og beskrive deres kjerne eller virkelige natur (2003, s. 110).

Til slutt dro jeg inn et argument Jorn kom med i hans bok om “estetikkens ekstreme fenomenologi”: “Hvis en vil prøve å forstå kunstens posisjon i dag, må en også prøve å forstå de betingelsene som har skapt utviklingen av vår kunsterkjennelse, og vår erkjennelse av forholdet til enkeltmennesket og til samfunnet” (Jorn, 2017, s.19). For å bedre kunne hjelpe meg med å forstå uttrykkene som memes og kulturjammingen har skapt, tok jeg derfor i bruk teorier fra visuell kultur.

2.3 Visuell kultur

I dette kapitlet har jeg tatt for meg hvordan jeg blir å undersøke og tolke de utvalgte bildene fra begge fenomenene. Teoretiske perspektiver fra visuell kultur blir derfor brukt som et hjelpemiddel til å forstå og forklare både memes og kulturjamming bedre, da begge også er veldig aktuelle for dagens visuelle kultur.

Ifølge Larsen og Lien bør en vite hva en skal være oppmerksomme på, når en skal forstå og forklare bilder (2008, s. 421). Metodene som Larsen og Lien anvender i “Kunsten å lese bilder” for å forklare og forstå bilder, er de metodene jeg ønsket å anvende i denne oppgaven for å kunne analysere uttrykk fra memes og kulturjamming. I deres bok benyttet de seg av to forfattere som gav dem inspirasjon, Erwin Panofsky (1892-1968) og Michael Baxandall (f. 1933). I tillegg til de to førstnevnte forfatterne, dro jeg inn et innslag fra “The

Nineteenth-Century Visual Culture Reader”, som er redigert av Vanessa R. Schwartz og Jeannene M. Przyblyski.

2.3.1 Panofsky:

Den primære, sekundære og indre betydning

Panofsky er en tysk-amerikansk kunsthistoriker, og i boken “Studies in Iconology” som ble gitt ut i 1939, forklarer han hvordan bilder kan formidle mening, og hvordan en kan beskrive den meningen (Larsen og Lien, 2008, s. 421). Larsen og Lien forklarer at Panofsky skiller mellom tre typer bilde betydninger, den første og mest grunnleggende blir kalt for “den primære” eller “naturlig betydning”, den andre blir den “sekundære” og er mer “konvensjonelle betydninger” mens den siste er bildets “indre betydning” (2008, s. 421-422).

Den primære betydningen av bildet som Panofsky forklarer, setter søkelys på hva en ser, når en betrakter bildeflaten og de visuelle konfigurasjonene, eksempler kan være mennesker, dyr, bygninger, planter, gjenstander eller lignende. Disse blir kalt for bildets motiver, og anses som første trinn i en bildeanalyse (Larsen og Lien, 2008, s. 421). Hvis en nå begynner å identifisere disse motivene mer nøye, og beskriver litt mer av det en faktisk ser, beveger en seg inn mot det sekundære nivået av bilde analysen.

Ved det sekundære nivået av bilde analysen bør en også ta med når bildet er laget, slik at en også tenker på tidsepoken det ble lagd i. Selv om at en vet hvilken tidsepoke bildet er laget i, vil det fortsatt være vanskelig å forstå og dechiffrere bildet. I den sekundære fasen drar Larsen og Lien frem et eksempel fra bildet “Hugo Van Der Goes: Portinari Triptykon, 1476-79” (2008, s. 30), der de forklarer at den gamle mannen på bildet er St. Antonius. For å få frem hvem mannen på bildet er, drar de frem informasjon om tidsepoken, og kjennetegn om hvordan folk malte bilder i den tiden. Ved å kjenne epoken er det også enklere å finne informasjon om motivene som er i de aktuelle bildene. Hvis en finner dypere betydninger og informasjon om motivene ville det blitt kalt for “bildets ikonografi” (Larsen og Lien, 2008, s. 421-422). Drar en dette inn mot memes, kan det tenkes at en bør kjenne aktuelle hendelser som var omkring, da memen ble skapt.

Til slutt er det “den indre betydning” av et bilde, det er delen av bildet som har søkelys på enten å få frem holdninger fra et land, en sosial klasse, religion, en periode eller lignende.

Larsen og Lien kommer med et eksempel fra side 46 i boken “Kunsten å lese bilder”, bildet de henviser til er et portrett av Georg Giszze, som ble malt i 1532 (2008). Hvis en drar dette inn mot memes og kulturjammer, kan en for eksempel nevne ulike typer internettkulturer, der det blant annet eksisterer forskjellige typer memes eller kulturjammer. Hver “internettkultur” kan ha ting felles, men også individuelle trekk som bare de har, og kjenner til.

Den indre betydning av bilde analysen, setter søkelys på en dypere betydning enn bare motiv og hva motivene kan bety. Det er altså en mer helhetlig forklaring av det en har fått frem i den primære og sekundære delen. Larsen og Lien konkluderer da med tre punkter ut ifra Panofskys analysemodell;

- (I) Bilder er visuelle konfigurasjoner som representerer objekter og personer, situasjoner og begivenheter.
- (II) Representasjonene brukes bevisst til å fremkalle bestemte konvensjonelle betydninger.
- (III) Men bildene er samtidig - ubevisste - symptomer på mer generelle tendenser i perioden.

(Larsen og Lien, 2008, s. 423). Det vil si at en første fase av bildeanalyse har fokus på bildet i seg selv og motivene en ser på det. Andre del har søkelys på hva det en fant i første del betyr, mens tredje og siste del av analysen, må en dra frem den generelle viten en har om både epoke, kunstner, kultur eller lignende. Den siste delen er den som drar de røde trådene sammen, for å få en konklusjon av analysen.

2.3.2 Baxandall:

Panofsky fremmer at “bilder er symptomer, visuelle uttrykk for generelle tendenser i den sosiale og kulturelle konteksten” men som Larsen og Lien forklarer, kan en i tillegg dra inn noe Michael Baxandall gjør i boken *Patterns of Intention* fra 1985. Det er å forestille seg langt mer konkrete forbindelser mellom bildet og kontekst enn det Panofsky gjør. (Larsen og Lien, 2008, s. 423). Larsen og Lien innleder med noe Baxandall forklarte: “Hvis man vil forsøke å “forklare” hvorfor et bilde ble slik det ble, bør man betrakte bildet som et forsøk på løse noen konkrete problemer eller oppgaver som konteksten har stillet. Konteksten er spørsmålet, bildet er svaret.” (Baxandall, referert i Larsen og Lien, 2008, s. 423).

Prinsippene for bildeanalyse som Baxandall bruker, er at de er det samme som for alt annet av håndverk, eksempelet Larsen og Lien kommer med, er at det ikke skal være noe forskjell på å male et bilde, enn å bygge en bro. For å forstå hvorfor broen ble bygget, må en se på byggernes oppdrag, “topografi, vindforhold, passasje for skip osv.” (Larsen og Lien, 2008, s. 424). Ut ifra hva som stod skrevet på oppdraget til de som skulle bygge broen, fikk en vite hvorfor den ble bygd, hvorfor utseende så slik ut.

Larsen og Lien gir blant annet 3 eksempler på portrett fotografier, der de ulike portrettene også har forskjellige typer kriterier de må oppfylle. Bildene Larsen og Lien eksemplifiserer er;

- et selvportrett (2008, s. 126)
- et bilde av konen til noen (2008, s. 166)
- et atelier portrett som skal fremstille en bestemt sosial type (2008, s. 218).

(Larsen og Lien 2008, s. 424). Det første de gjør er å undersøke selve oppgaven, med å stille spørsmålet “hva er portrettbildets generelle funksjon?”, del 2 er derimot og bestemme elementene i det konkrete oppdraget. Larsen og Lien forklarer videre, at det er to krav som må utfylles;

- “dels de funksjonene som fotografiske portretter skulle utfylle i de tre periodene det er snakk om”
- “dels forskjellen på å lage- ...” de forskjellige typene portrett

(2008, s. 424). I sammenheng med kulturjamming må en finne ut av;

- Intensjonen med bildet,
- Oppdraget til bilde,
- Hvem bildet er laget for?

Når en har funnet svaret på alle tre stegene, kan en si litt om hvorfor denne kulturjammen ble laget og hva den kan bety. Larsen og Lien går inn videre med flere eksempler på bilder, men det de ender opp med å konkretisere til slutt er at en må finne ut hva selve “oppgaven” og “oppdraget” er. Og hvis det trengs, kanskje litt om den kulturelle bakgrunnen til vedkommende som lagde det visuelle uttrykket. Hvis det visuelle uttrykket er skapt for noen andre enn kunstneren selv, vil det ha betydning for hvordan en skal analysere bildet, derfor er det nyttig å vite hvem som har laget bildet. (Larsen og Lien, 2008, s. 424-425).

Avslutningsvis tenker jeg at Baxandall’s analyse modell kan deles inn i tre, “Intensjonen til bildet (oppgaven)”, “Oppdraget til bildet (Oppdraget)”, og til slutt “Hvem er bildet laget for?”

(kunstneren, eller for en ekstern kunde?)”. Disse tre delene er de jeg tok som utgangspunkt, for å analysere bildene etter Baxandall’s modell.

Helt til slutt forklarer Larsen og Lien at det finnes ikke bare én metode for å analysere bilder, men flere, en skal ikke bare se på bildene i seg selv, men også spørsmålene som reiser seg i møtet med bildene (2008, s. 446). Med andre ord, en stiller spørsmål til bildet, og forsøker å svare på best mulig måte ved hjelp av analyse. Larsen og Lien hadde mange gode eksempler på bruk av visuell kultur brukt i mange forskjellige bilder som er laget av kunstnere verden om, men Schwartz og Przyblyski drar den visuelle kulturen inn i opplevelser som vi har på en mer hverdags basis. I mitt tilfelle ville det bety, de visuelle uttrykkene under fenomenene memes og kulturjamming.

2.3.3 Schwartz og Przyblyski

Vanessa R. Schwartz og Jeannene M. Przyblyski begynner med å forklare hvordan visuell kultur først og fremst kan defineres av dens gjenstander for studier, eksempelvis malerier, fotografier, eller andre visuelle uttrykk. Videre er ikke søkelyset på selve estetikken i de visuelle uttrykkene, men i stedet prøver en å definere den visuelle opplevelsen i forhold til spesielle historiske sammenhenger. (Schwartz & Przyblyski, 2004, s. 6-7).

Schwartz & Przyblyski fremhever også hvordan en kan dra inn visuell kultur, ikke bare opp mot tradisjonell kunst, men også opp mot hvordan en opplever visuelle opplevelser i hverdagslivet,

Visual culture directs our attention away from structured, formal viewing settings like the cinema and the art gallery to the centrality of visual experience in everyday life. Breaking down the boundaries between conventional sites for experiencing the visual and the world “out there” Yet we would suggest that visual culture’s alliance with everyday life should still emphasize objects produced and consumed primarily (if not exclusively) as images and their associated institutions and practices as culturally significant vectors of visual experience (2004, s. 7).

Med andre ord, bilder eller objekter som har en signifikant verdi ovenfor kulturen kan inkluderes som visuell kultur. Dette kan dras inn med digitale medier som brukes i dagens kultur, eksempelvis bildene som sosiale grupper som adbusters lager innenfor

kulturjammingen, eller hvordan enkeltpersoner lager bilde-memes av kjente streamere på internettsamfunn som Twitch.

2.4 Oppsummering av metodekapittelet

I dette kapittelet gjorde jeg en redegjørelse for metoden jeg har anvendt i min oppgave. Jeg innledet det hele, med å fremme noe om hva som forventes av et slikt masteroppgaveprosjekt, og satte en struktur på hvordan jeg tenkte å gå frem. Jeg forklarte hva kvalitativ metode er, før jeg gikk dypere inn i fenomenologi som metode, og hva det kan brukes til. I kapittelet om fenomenologi fant jeg ut at Bengtsson fremmer at betegnelsen “fenomenologi” ikke bare har en forklaring, men flere. Det eksisterer ulike variasjoner av definisjonen på fenomenologi, men de har alle noen fellesnevner. I alle definisjonene går de tilbake til at fokuset er på tingene, som i mitt tilfelle betyr at memes og kulturjammer er fokuset, ikke personene og brukerne. Helt til slutt presenterte jeg også det hjelpemidlet jeg har anvendt for å analysere disse to fenomenene; visuell kultur, som igjen presenterer flere metoder for å analysere de visuelle uttrykkene. Metodene jeg har anvendt innenfor visuell kultur er; Panofsky sin modell med “den primære, sekundære og indre betydning”, og Baxandall og hans fokus på at visuelle uttrykk har en oppgave, og et oppdrag som skal utfylles. I neste kapittel tar jeg for meg bakgrunnshistorien til kulturjammingen, og en dypere forklaring på fenomenet, før jeg etterpå tar for meg det samme innenfor memes.

3. Kulturjamming

3.1 Ordet “kulturjamming”

Jasmin Salih, forklarer kort og enkelt hva kulturjamming er, “Taken literally, culture jamming is the “jamming” of culture - culture being the mass mediated all-encompassing characteristics and norms of our modern society” (2019, s. 26). Tar en hennes definisjon bokstavelig, betyr det at en “jammer” kulturen, det vil si; “å sette en liten stopper midt i, som lager kaos i systemet”. Tanggaard, drar frem et sitat fra Mark Dery, som er en start på en definisjon på hva kulturjamming er, “(...) alt som blander kunst, media, parodi og den utenforstående synsvinkel” (Dery, referert i Tanggaard, 2006, s. 8). Tanggaard kommer med et innspill på definisjonen om hva kulturjamming er; i akademiske termer kan en se på kulturjamming som noe, der en aktivt prøver å gjøre endringer på alt fra tekst til bildet i seg selv, alle symboler og tegn, og det helhetlige sluttproduktet får et nytt budskap som står i kontrast til originalen (Tanggaard, 2006, s. 8). For å bedre forstå helheten av kulturjamming og hvordan det kom til å være et fenomen, vil jeg si litt om bakgrunnshistorien og en av grunnleggerne til fenomenet. Kulturjamming er også kjent som “media jamming” og “media hacking”, i tillegg til at det ofte er assosiert med det alternative “DIY” - gjør-det-selv media, “bricolage” (Chapman, 2009, s. 127). Det betyr, medier, der du som enkeltperson kan foreta endringer. For å henvise til de som lager kulturjammer innenfor kulturjammingen, blir jeg å benytte meg av ordet “jammere” som kallenavn for personene. Kulturjamming har i mitt prosjekt søkelys på visuelle uttrykk i form av bilder, som jammere har tatt i bruk og endret på.

Begrepet kulturjamming kom i 1984, og det var et bandmedlem fra San Francisco som kom opp med det (Klein, 2002, s. 206). En av tingene bandmedlemmet sa var: “The skilfully reworked billboard ...directs the public viewer to a consideration of the original corporate strategy,” (Klein, 2002, s. 206). Det betyr at ut ifra hvordan originalbilde så ut, og hvordan det ble endret, får den som ser på reklametavlen nye tanker. Kalle Lasn brukte derimot en metafor fra jujitsu for å forklare hvordan en “jam” fungerer, “In one simple deft move you slap the giant on its back. We use the momentum of the enemy.” (Klein, 2002, s. 206). Det metaforen betyr, er at en bruker det “fienden” med andre ord selskapet som eier reklamen har laget, og drar frem den nye betydningen, eller som jammeren vil si, den egentlige betydningen. Klein sier videre, jujitsu metaforen passer ikke for de jammerne som mener at

de “forbedrer, endrer eller avslører dem”, og med dem, mener hun reklametavlene og de som eier dem (2002, s. 206). Som en konklusjon på hva terminologien til ordet kulturjamming er, argumenterer Klein; En suksessfull jam får frem den underbevisste betydningen som ligger i en kampanje. En får ikke frem det motsatte, men den dypere sannheten (2002, s. 206).

3.1.1 Kulturjammings grunnleggere

For å kunne gå nærmere inn på hva kulturjamming faktisk er, vil jeg først introdusere en av grunnleggerne for dette fenomenet, Rodriguez de Gerada. Han blir sett på som en av de viktigste grunnleggerne for kulturjamming, dette var på grunn av hvor flink og kreativ han var når han lagde parodier av annonser, og gjorde om på store reklametavler (Klein, 2002, s. 205). Han klarte lett å gjøre drastiske endringer på budskapene på reklametavlene i det offentlige rom, noe som er ulovlig, og hvis en blir tatt, kan det føre til at en blir arrestert (Klein, 2002, s. 205). Til tross for at en kunne bli arrestert, valgte Rodriguez å jobbe på dagtid. Han ville stå for sitt arbeid og sine meninger. Det blir sagt at han til og med klarte å snakke seg fra å bli arrestert av politiet opptil flere ganger (Klein, 2002, s. 205).

En av de som blir sett på som en forgjenger av kulturjamming, er en fransk teoretiker med navn Guy Debord, og hans anarkist gruppe “Situationists International” (Chapman, 2009, s. 128). De som gruppe fremmer at bedrifts kontrollerte medier, bruker “glede og et løfte om et godt liv” for å styre enkeltmennesket, mens de selv skaffer ressurser og får profitt av det (Chapman, 2009, s. 128). Debord mente at en burde ha en revolusjon med “the people versus the corporate Cool Machine”, med andre ord slå tilbake mot de store selskapene (Debord, referert i Lasn, 2000, s. xvi). Debord sa blant annet “Revolution is not showing life to people, but making them live”, han mente at; for å få kontroll over sine liv, måtte en foreta noe med de store selskapene som kontrollerer enkeltmennesket (Debord, referert i Lasn, 2000, s. xvi). Dette er litt av det samme som kulturjammere også har lagt merke til, og prøver å gjøre noe med, men de går frem på en annen måte.

Mange av de som driver med kulturjamming, gjør det som en reaksjon mot all reklamen som blir dyttet på enkeltmennesket. Et av argumentene jammerne bruker for å forsvare det de gjør er:

“Streets are public spaces, adbusters argue, and since most residents can’t afford to counter corporate messages by purchasing their own ads, they should have the right to talk back to images they never asked to see.” (Klein, 2002, s. 205-206).

Sitatet over går inn på det som Rodriguez har som hovedmål for det han gjør. Et eksempel de gir, er når han endret på en av de store reklametavlene i New York’s Alphabet City.

Originalt var det en poster med et par på, som koste seg, men når Rodriguez var ferdig kunne en se et barns lidende tomme ansikt malt med rust. Som en ramme rundt barnets ansikt har han brukt deler av den originale reklamen, men med en mer limegrønn lysende-farge. Klein forklarer videre at når installasjonen av bildet er ferdig, ser det akkurat ut slik som jammeren ønsket, “år med bruk av tobakk-, øl- og bilreklamer har blitt skrapet bort, og en kan se all rusten som ligger igjen bak.” Forklaringen Rodriguez gir på det han sa er: “etter at reklamen er tatt bort, er det som sitter igjen, påvirkningen reklamen har hatt på barna i området.” (Klein, 2002, s. 204-205).

Et annet argument jammere kommer med som motivasjon for det de gjør, er at livene våre nå blir dominert av multimodale tekster, i form av bilder, audio, hypertexter og hyperlinker (Hoechsmann & Poyntz, 2012, s. 57). De forklarer at den eneste måten å respondere til denne situasjonen er, å bruke kanalene som kommersielle medier bruker, for å utfordre det, de tar for gitt. Verktøy de foreslår en kan bruke er designmetoder som parodi, montasje eller bricolage (gjør-det-selv, DIY), eller sjangre som reklame, journalistikk og film (Hoechsmann & Poyntz, 2012, s. 57). Ellers drar Hoechsmann og Poyntz inn et sitat fra Mark Dery (1993) som forklarer det jeg har skrevet i dette avsnittet;

“... calls this a form of ‘semiological guerilla warfare,’ which is to say culture jamming is a strategy for fighting back against the status quo by using the principles of media culture to upend the meanings and assumptions operating in this culture” (Dery, referert i Hoechsmann og Poyntz, 2012, s. 57)

“Guerilla warfare” betyr på norsk “geriljakrig” og er i krigsform sett på som overraskende og uventede kamper, eksempelvis snikskytterer som plutselig angriper. Min tolkning av hva Dery forklarer, er at jammere “angriper” med å foreta store endringer på reklametavler når en minst forventer det. Hvis en drar dette sammen med hva Rodriguez holder på med, er det flere likheter, hans motiv var å kjempe mot enveiskommunikasjonen i form av reklamen fra store selskaper. Som respons, lagde Rodriguez store kulturjammer over reklametavlene til selskapene.

“Rebel without a lung”

Fokuset til Rodriguez var ikke bare på tobakk og alkohol, men etter hvert også forbrukeren. Bildet under viser en reklame som er et “offer” for Rodriguez sin kreativitet. På bildet ser vi en mann som tilsynelatende har det veldig gøy, og har en dame i hver arm. Ut ifra hva som står skrevet på ryggen, tolket jeg at reklamen var rettet mot bruken av tobakk, hovedsakelig fordi det står skrevet “REBEL WITHOUT A LUNG” bak på jakken. En kan kalle mannen på bilde “ung og dum” fordi han ikke tenker over konsekvensene røyk kan ha for hans fremtid, og særlig med tanke på lungene hans.



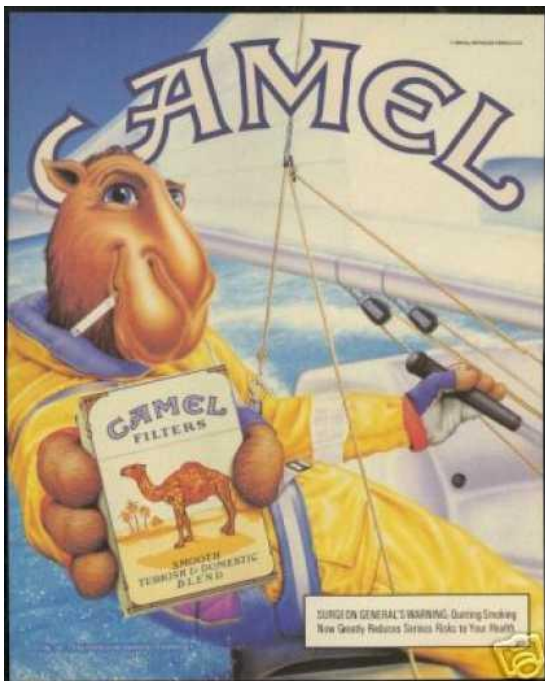
Figur 1 “Rebel”, gerada-art nettside, skjermdump 2019

Det kulturjammingen egentlig ikke liker er markedsføring i form av enveiskommunikasjon, de som bor i området der reklametavlene er, må bare akseptere den reklamen som blir vist, uten å kunne komme med innspill. En sofistikert jammer, er en person som klarer å lage både parodier av den originale reklamen, og i tillegg gi minneverdig kritikk som selskapene og personer legger merke til. Hvis en jammer klarer å gjøre om på budskapet på en ordentlig måte, er det de som eier reklametavlen og som må ta støytten for det som er blitt gjort (Klein, 2002, s.206). Et eksempel er budskapet på fig. 1. “rebel”, det originale bildet portretterer popularitet, en fyr som ser ut til å ha det veldig gøy, og er en kvinnesjarmør. Når jammeren har gjort endringer på bildet, får det en ny betydning, “rebell uten lunger” står skrevet midt

på jakken til mannen i midten, originalt stod det kanskje noe helt annet. Poenget er at når kulturjammere er ferdig med bildet, har det fått et nytt budskap, og et budskap som de som eier reklametavlen ikke vil stå for. Enten må selskapet bruke ressurser for å få satt opp et nytt bilde, eller betale støyten for at de nå har vist “dårlig reklame”.

“En god jam”

En jammer forklarer at “en god jam, er når en klarer å få frem den gjemte meningen bak en reklame, det som gjemmer seg i underbevisstheten, men som egentlig er fakta.” (Klein, 2002, s.206). Klein drar også frem et eksempel på et tobakk-merke som har en frontfigur med navnet “Joe Camel” som reklamerer for røyk. Kontrast bildet er av “Joe Camel” som har fått et nytt navn, “Joe Chemo”, der han ofte blir portrettert koblet opp til et IV-stativ, med mørke ringer rundt øynene (Klein, 2002, s. 206). Bildet under er av “Joe Camel”, og “Joe Chemo”.



Figur 2 "Joe Camel", vintageadbrowser nettside, skjermdump 2019



Figur 3 "Joe Chemo", adbusters nettside, skjermdump 2019

Under denne teksten er et til eksempel på kulturjamming. På bildet til ser en, frontfiguren til "Uncle Sam", som sier "I want you for U.S.Army Nearest recruiting station", men med en annen tekst. "I want you to die a horrible meaningless death to sustain a lifestyle that will ultimately destroy the earth".



Figur 4 "Uncle Sam" - A horrible death, widewalls nettside, skjermdump 2019

Dette er et godt eksempel på “forbrukeren” som en helhet, vi kjøper nye ting hele tiden for å være fornøyde, uten å gi noe tilbake til jorden. Bildet til høyre i figur 4 er en gjengivelse av et av Picassos mest kjente maleri Gernica som fremstiller tysk terrorbombing av den spanske byen med samme navn. Den påsatte teksten: “The new word order” i denne konteksten med Uncle Sam er en satirisk kommentar som fremmer hvor galt forbrukersamfunnet kan ende, i krig og elendighet. Jeg vil komme tilbake til “Uncle Sam” når jeg skriver om memes.

Er jammere spøkefugler?

I Christine Harold’s tekst “Pranking Rhetoric: “Culture Jamming” as Media Activism”, beskriver hun jammere som “pranksters” eller som det på norsk heter “spøkefugler” (2004, s. 189). “... “pranksters” deploy the tools of the mass media and marketing in order to take advantage of the resources and venues they afford” (Harold, 2004, s. 189). Sitatet bygger videre på det jeg har sett på innenfor kulturjamming så langt. Jammere tar i bruk det de ser i massemedier, og utnytter det, for å få frem hva de mener er den underliggende betydningen av budskapet som vises. Harold drar frem et sitat for å forklare hva spøkefugler egentlig gjør “Pranks aren’t reactive like acts of revenge. They don’t punish, they provoke.... Revenge is a science, pranking is an art.” (Harold, 2004, s. 189). På samme måte er ikke kulturjammer, som jammere lager, ment for å være ondskapsfulle, men de vil provosere seerne og store bedrifter for å få dem til å tenke for seg selv. Harold fremmer at de hun kaller for “spøkefugler” er en alternativ kulturjammere og forklarer dem slik; “... the prankster - who resists less through negating and opposing dominant rhetorics than by playfully and provocatively folding existing cultural forms in on themselves.” (2004, s. 191). Hun knytter spøkefuglen sammen med metaforen om “jujitsu”, Harold forklarer at en omdirigerer ressursene til kommersielle medier mot nye mål (2004, s. 191). Hun konkluderer at, de hun kaller for spøkefugler gjør en lagvis endring på det retoriske feltet, de setter søkelys på makthaverne i stedet for innholdet som makthaverne skaper (2004, s. 209). Ved å gradvis gjøre at fokuset går fra produktet som makthaverne selger til dem, kan det gjøre at makthaverne må foreta en endring i hvordan de fremtrer og selger sine produkter.

3.2 Kulturjamming i dagens samfunn

Kulturjamming ble først brukt på store reklametavler i USA, og på veggene til bygninger hvor folk benyttet seg av spraymaling, men i dagens samfunn der alt foregår på internett kan en, blant annet finne kulturjamming på nettsider som adbusters.org (Juris, 2005, s. 202).

Nettsiden ble laget av Kalle Lasn, og er en videreutvikling av det som først var et magasin som ble gitt ut. Det originale magasinet ble laget av Kalle Lasn og Bill Schmalz. Nettsiden som Kalle Lasn opprettet kan bli brukt for å hente ressurser, som kan brukes i lokale kampanjer (Juris, 2005, s. 202).

Michael Hoenschmann og Stuart R. Poyntz skriver at det eksisterer forskjellige former for kulturjamming som jammere tar i bruk. Den de mener er den mest kjente formen, er typen som Adbusters driver med, som de kaller for “sub-vertisement” (Hoechsmann & Poyntz, 2012, s. 57-58). “Sub-vertisement” som adbusters ofte lager, er de som benyttes mot store selskapenes annonser, eksempler kan være “Absolute vodka”, eller andre merkevarekampanjer for røyk og tobakk. Som nevnt bruker jammere kampanjene eller logoene mot dem, ved å foreta en endring på innholdet til det negative for selskapene (Hoechsmann & Poyntz, 2012, s. 58). En annen metode som jeg nevnte litt tidligere, er strategiene der de bruker de store reklametavlene til selskapene, og gjør om på innholdet som er på dem. Ved å gjøre dette tiltrekker de oppmerksomheten til viktige politiske, sosiale og miljømessige bekymringer (Hoechsmann & Poyntz, 2012, s. 58). Den tredje måten for kulturjamming er noe en gruppe som heter “Yes Men” har tatt i bruk, der de har laget en strategi for å forfalske nettsider, medieintervju, og offentlige kunngjøringer (Hoechsmann & Poyntz, 2012, s. 58). Ellers kan også kulturjamming bli sett på som en plattform for kommunikasjon til de som bor i områder der all reklame blir tvunget på dem (Harzman, 2015, s. 19). Håpet for jammerne som driver med kulturjamming er å overraske publikum, og at betrakteren skal begynne å tenke litt annerledes over de originale meldingene som blir vist på reklametavlene. Videre ønsker jammerne at enkeltpersonen, også skal legge merke til hva de store selskapene egentlig står for, slik at enkeltpersonen også vil ha en endring i samfunnet (Harzman, 2015, s. 19-20).

For at kulturjamming skal eksistere må det også være en gjenstand, et bilde eller en tekst som fortjener å bli avvist. Kulturjamming handler om å illustrere en kritikk av “status quo” (uforandret stilling), (Harzman 2015, s. 20). Videre drar Harzman frem et sitat fra Klein (2000), “Artists will always make art by re-configuring our shared cultural languages and references” (Klein, referert i Harzman, 2015, s. 20). Hvis folk er misfornøyde med noe i samfunnet, er det normalt at en reagerer og prøver å gjøre noe med det. Innenfor kulturjammingen reagerer jammere med å bruke kreativiteten sin for noe de står for, og prøver å få frem det de egentlig mener er budskapet bak eksempelvis reklame.

Avslutningsvis i sin artikkel mener Harzman at kulturjamming er en kommunikasjonsvei for de som oppmuntrer til bevissthet og motstand. I hans artikkel dro han frem en kjent person som ikke alle ville kalt en jammer, den britiske kunstneren Banksy (Harzman, 2015, s. 17), som per dags dato ingen vet hvem er. Ifølge blant annet Harzman, har Banksy noen verk som kategoriseres som kulturjamming (Harzman, 2015, s. 17),

Banksy in Disneyland

For det første har Banksy et mål som han går etter, eksempelet Harzman drar frem er en installasjon i Disneyland som Banksy gjorde framfor “the Big Thunder Mountain Railroad” (2015, s. 22-23). Her lagde Banksy en installasjon som mange kan si “var i veien” for den egentlige attraksjonen, og sender ut en ny melding til de som ser det. Den andre begrunnelsen Harzman drar frem, er at installasjonen ødelegger plassens tiltenkte fotografiske opplevelse som forbipasserende skulle oppleve. Installasjonen som Banksy satte opp var en tredimensjonal, oppblåsbar, figur som lå knelende, og skulle minne om fanger i Guantanamo Bay (Harzman, 2015, s. 23). Forståelig nok skaper dette oppmerksomhet blant folk, det er veldig oppsynsvekkende og står i kontrast med hva en forventer å møte i en fornøylespark. Det siste punktet Harzman kommer med, er at Banksy’s installasjon prøver å skape bevissthet omkring et offer av USA’s føderale regjering (Harzman, 2015, s. 23). “Banksy’s piece jarringly weaves images of imprisonment directly into the Disneyland experience” (Harzman, 2015, s. 23). Dette skaper stor kontrast for seerne, og kan få dem til å tenke over sine privilegier. Banksy’s installasjon skaper kaos i form av stor kontrast. I en fornøylespark ønsker en å skape nye minner, og en tar ofte fotografier sammen med venner og familie med attraksjonene i bakgrunnen, Banksy’s installasjon skaper derfor kaos ved å “ødelegge” ved å stå i veien for attraksjonene. Mer om Banksy og en av hennes gatekunst senere.

3.3 Oppsummering av kulturjamming

Naomi Klein definerer kulturjamming som “... alt som blander kunst, media, parodi og den utenforstående synsvinkel”. Dette passer også veldig godt med hva Hoechsmann og Ponyz legger i kulturjamming; “I hjertet av kulturjamming kan en si at arbeidet som legges i jammen, kan oppsummeres i “bricolage” altså “Do it yourself” eller “gjør det selv”, (2012, s. 58)”. Alle tre fremmer at i roten av kulturjamming er: ”hva en gjør, er det som teller”. For at en endring skal skje, må en ta tak i problemet, det forsvinner ikke bare av seg selv.

Rodrigues så et problem, og for å få en endring i samfunnet tok han “malekosten frem” for å prøve å fikse det. Metodene jammerne bruker kan ikke bestandig sies å være lovlig, men slik de ser på det, er det i deres fulle rett å ta tingene i deres egne hender. Jeg har igjennom kapittelet ikke bare sett på hva Rodrigues gjorde, men også litt om hva hans kulturjamming forgjengere mente, deriblant Guy Debord. Debord og hans anarkist gruppe “situationists International” hevdet at store selskaper ikke holdt det de lovte til folket, og bare tenker profitt. Jeg har definert at de som holder på med kulturjamming blir kalt for “jammere”. Hvorfor holder jammere på med kulturjamming? Jo, for å få en reaksjon og skape engasjement i forhold til ulike sosiale og politiske saker. De ønsker en endring i samfunnet. De mener enkeltindivider må kunne formidle hva de mener om reklamen som blir dyttet på oss i samfunnet. Videre har jeg dratt frem eksempler fra Rodriguez og andre kjente jammere innenfor kulturjammingen, deriblant Joe Camel/Joe Chemo. En annen definisjon av jammere er at de blir sett på som “spøkefugler”, der de har et ønske om å provosere bedriftene og seerne til å gjøre noe med problemet de mener eksisterer. Etter å ha definert hva kulturjamming er, og hvilke store aktører som har vært en del av kulturjammingen, så jeg nærmere på ulike formene for kulturjamming. Jeg leste flere kilder før jeg kom frem til at kulturjamming hovedsakelig kan bli delt opp i tre grupper, hvor den fjerde er en helhetlig forståelse av hva de ønsker å utrette med kulturjammingen.

- 1. Sub-vertisement, som bruker selskapene sine annonser til sin fortjeneste og bruker dem imot selskapet
- 2. Bruke de store reklametavlene til selskapene og å lage et nytt budskap på dem som drar frem den egentlige betydningen.
- 3. En tredje metode er å forfalske nettsider, medieintervju, og offentlige kunngjøringer. Rett og slett vri på det som originalt eksisterte.
- 4. Og til slutt kan en si at kulturjamming kan bli sett på som en plattform for kommunikasjon for de som bor i områder der all reklame blir tvunget på dem.

Hvis det ikke hadde eksistert en gjenstand, et bilde eller en tekst som fortjener å bli avvist, ville heller ikke kulturjammingen ha eksistert. Avslutningsvis har jeg presentert en omstridt og populær aktør innenfor kunstfeltet, Banksy. Gjennom flere kilder fant jeg ut at han også kan anses som en kulturjammer, i tillegg til at han kan karakteriseres som en “street artist”, som på eller “gatekunstner” på norsk. Etter å ha forklart hva kulturjamming er, og gjennomgått noen eksempler, handler neste kapittelet om det andre fenomenet i min masteroppgave, memes. Jeg blir å gå inn på begrepets bakgrunnshistorie, det vil si, hvordan det kom til å bli et ord, og hva slags betydning begrepet har i dag.

4. Meme

4.1 “Mem” et nytt ord.

For noen personer kan memes bli sett på som et nytt språk og en ny måte å kommunisere på. Folk bruker memes til interne vitser, ha det gøy med venner, for å spøke med venner, eller bare for å kommentere på ting som skjer omkring oss i verden eller nærmiljøet. “I 2016 ble “mem” et nytt offisielt ord i Norge, og det blir blant annet sett på som en internettepidemi, “farsotter som spres via nettet”, men en kan også se på det som et internettfenomen. Selv om at ordet ikke ble offisielt i den norske ordboken før 2016, har det egentlig allerede da, eksistert i 40 år, ordet ble først brukt av Richard Dawkins, når han gav ut boken *The Selfish Gene* i 1976 (Språkrådet, 2016, avsn. 1). Den gang ble det brukt når en forklarte hvordan en kulturell enhet eller en idé, spres videre for å overleve (Wiggins and Bowers, 2014, s. 1888-1889). I tillegg er “meme” egentlig en forkortning av ordet “mimeme” som stammer fra gammelgresk, og betyr “etterligning” (Dawkins, Richard 1989, s. 192). Ordet “meme” som Dawkins bruker er altså litt forskjellig fra det vi kjenner i dag, og som brukes sammen med “internett” (Wiggins and Bowers, 2014, s. 1889). Amanda Karlsson forklarer litt videre hvordan Dawkins beskriver memes,

“Those characteristics are that memes contain the same information as it passes from person to person. Another characteristic is that memes have the power to induce copies of themselves. The last characteristic Dawkins (2006) referred to is that the longer a meme survives the bigger chance it has to become a new copy.” (Karlsson, 2019, s. 3-4)

Samtidig som at Dawkins beskriver at alt “ikke-genetisk” vi mennesker gjør er en meme, så er det folk, deriblant Rushkoff som motsier Dawkins, og i stedet vil si at memes kan beskrives som virus (Karlsson, 2019, s. 4). Videre fremmer Rushkoff at “personer med svake immunsystem risikerer å falle for gjemte meldinger også at de sprer dem videre til andre folk” (Rushkoff, referert i Karlsson, 2019, s. 4). To andre personer som også er uenige med Dawkins er; Marwick og Lewis, der de sier at de er redde for hvordan memes kan bli brukt som propaganda, og refererer videre til at memes ofte har skapere som er anonyme, og at memes spres veldig raskt (Karlsson, 2019, s. 4). Men som Wiggins og Bowers sa så brukes memes i sammensetning med internett, og fenomenet jeg setter søkelys på når jeg snakker om memes eller mems er, “internett memes” som foregår i sosiale medier. En artikkel fra 2014 diskuterer noen av de tidligste internett memes som oppstod på internett, der han

fremmer at det som karakteriseres som internett memes er; “The text must appear on the top and bottom of the image and should be in the font ‘Impact’.” (Julien, 2014, s. 362). Dette vet vi i senere tid at det er for snevert til å forklare hva dagens definisjon på meme er, men Julien kommer med noen sitater som også er passende til dagens definisjon av memes;

“Individuals who invest themselves online have created certain parameters, rules, and structures that include some people and exclude others from understanding and participating in what may be called a clearly identifiable culture. ... This is because individuals who invest time online develop skills and a way of interacting that is unique to online culture; individuals online inculcate a unique habitus, which is engendered because the internet constitutes a new field. Out of this digitally oriented habitus, individuals create content and share what they perceive in the world. This is seen in the internet meme ...”. (Julien, 2014, s. 362).

Her går Julien inn på det som gjør at personer, som daglig holder på med memes på internett kan bli misforstått av andre som ikke gjør det. Ut ifra min egen erfaring innenfor feltet kan jeg lett forstå, at det enkelt kan oppstå misforståelser før en er kjent med den originale memen, og dens opphav. Et eksempel jeg kan gi, er når personer innenfor mitt sosiale nettverk bruker emojis som tilhører kategorien “gachi”, som ofte inneholder bilder, GIFs, remikset videoer eller lignende, med veldig muskuløse halvnakne menn som bryter. De jeg kjenner bruker for det meste Twitch-emotes som “GachiGASM / GachiBASS” eller “Kreygasm”. Her kan jeg også spesifisere ved å si at “Kreygasm” ikke blir sett på som en gachi-emote, men den har vært med å inspirere emojis som “GachiGASM”, ifølge de jeg kjenner, og nettstedet “Know Your Meme” (GachiGASM, 2019, avsn. 1). “GachiGASM” er originalt et bilde av Billy Herrington, som ofte blir brukt for å indikere “ekstrem nytelse” eller “tilfredshet”, og den kjente streameren Sebastian Fors (som jeg kommer tilbake til litt senere), er en av de som tok emoji'en i bruk på Twitch (GachiGASM, 2019, avsn. 2).

Personlig bruker jeg ikke noen av disse emojis, på grunn av at jeg ikke klarer å relatere til dem, noe som gjør at jeg i starten ikke skjønnte hvorfor de ble brukt. Det mine venner bruker denne emoji'en til, er blant annet i situasjoner der noe overraskende ekstremt bra skjer, som de ikke hadde forventet. Et annet eksempel på en meme som en stund ble brukt innenfor det internettsamfunnet jeg er i, er memen kjent som “ugandan knuckles” som var veldig aktuell i slutten av 2017 / starten av 2018 (ugandan knuckles, 2020, avsn. 3). Dette var også en meme som “tok av” på nett en periode, men som jeg aldri helt forsto, fordi jeg ikke klarte å relatere til humoren rundt memen. Ut ifra egen erfaring forstår jeg godt hvorfor Julien fremmer at de som ikke hele tiden bruker memes lett kan misforstå memes de kommer over. Videre

forklarer også Julien at internett memes kan bli sett på som et relativt nytt fenomen (Julien, 2014, s. 365-366).

“Internett memes”

Med den digitale utviklingen av teknologi og internett, er det bare naturlig at det også oppstår nye former for kulturelle medier og fenomener, en av disse er det vi kjenner som “internett memes”. Ut ifra Dawkins definisjon kan en også dra frem betydningen at en meme “kan teknisk sett være alle former for overførbare informasjon”, men på grunn av internett og teknologien i dag, er det mye større sjanse for at det spres mye raskere enn før (Nissenbaum & Shifman, 2015, s. 7). Memes kan være morsomme sitater, absurde tekstede bilder, virale videoer eller lignende, disse blir delt av folk innenfor ulike internettsamfunn. Ulike internettsamfunn som blant annet brukes for memes er 4chan, FunnyJunk, reddit og 9gag. I 2015 fant Nissenbaum og Shifman ut at 4chan.org og det beryktede sub-forumet med taggen “random /b/”, var den som var mest populær på den tiden (2015, s. 7). De ulike internetttforumene har forskjellige regler, og inne på 4chan kan alle over 18 år dele bilder og poste kommentarer. En behøver heller ikke å registrere en konto for å ha lov til å delta. 4chan har noen regler som er for alle sub-forumene, men også regler for de spesifikke sub-forumene (4chan, 2020, avsn. 1). Inne på 4chan.org/rules står det blant annet, at taggen “random” bare følger enkelte av de globale reglene som er for alle tags, men at stort sett alt er lov (4chan, 2020, regler). Det Nissenbaum & Shifman sier om dette, er at folk får lov til å være kreative på alle ulike måter, dermed må en være åpne for at folk kan være både frekke eller depressive, og at kommentarene og bildene derfor kan være støtende til tider (Nissenbaum & Shifman, 2015, s. 7). Memes kan være støtende, småfreske, eller bare morsomme, men uansett blir de spredt videre av folk raskt via den digitale kulturen. Wiggins og Bowers argumenterer for at memes er: “Iterated messages which are rapidly spread by members of participatory digital culture for the purpose of continuing a conversation” (2014, s. 1886). Personer på internett innenfor den digitale kulturen, kan bruke memes for å fortsette en samtale. Fra det jeg selv ser vil jeg også legge til, at memes også kan bli sett på som en metode for å uttrykke noe i en samtale. Internett-memes er et nytt fenomen, og det eksisterer derfor lite konkrete akademiske tekster innenfor dette feltet. I 2019 ble det gjennomført en studie av Amanda Karlsson, hun tok for seg fenomenet internett memes og problemstillingen med at det eksisterer lite studie om det innenfor “human computer interaction” (2019, s 2-3). Hun gjorde en studie hvor hun samlet empirisk bevis som omfattet bruken av internett memes i sosiale medier, med fokus på hvordan det ble brukt inne på

reddit. Et annet viktig faktum hun også drar frem er hva som resulterer i at folk sprer en meme videre. Før Karlsson begynte sin studie hadde hun også konkretisert 5 karakteristiske trekk, som hun mente at internett memes hadde, og litt om hvordan de blir brukt;

- Memes are a way to identify social groups that a person psychologically identifies oneself with.
- Memes are a way to share values for individuals and/or communities.
- A meme has spreadability and people are sharing the meme, so it becomes viral.
- Memes are recognisable and based on what is happening in the world.
- A meme is often based on an image with text that gives context to the meme. (2019, s. 4)

Dette styrker også det jeg har sett i mine observasjoner i de samfunnene jeg er en del av. I de ulike vennegjengene jeg har innenfor sosiale medier, blir memes brukt både i forskjellige grader, og ulike typer av memes. Et eksempel på en internett meme som blir mye brukt, og har utallige iterasjoner, er en grønn frosk med navn “Pepe the frog”, som i visse internettsamfunn blir sett på som et hat symbol, mer om han blir tatt opp lengre ute i teksten.

Nissenbaum og Shifman fremmer det som blir kalt for bilde-makroer når de skriver om memes, og dette er noe som hvem som helst med internett og en datamaskin kan lage (2015, s. 11). Ifølge “Know Your Meme” er definisjonen av “Image macro”, et bilde som har en humoristisk og/eller smart tekst med seg, eller bare et slagord, som på norsk er bilde-makro (image macros, 2019, avsn. 4). Eksempler kan være den kjente memen, “LOLcat”, der “lol” betyr “laughing out loud” (le ut høyt), kombinert med ordet for katt. Bildet som tilhører denne taggen, er ofte et morsomt eller søtt bilde av en katt, sammen med litt tekst (Nissenbaum & Shifman, 2015, s. 7).

Ulike typer memes

Memes kan være så mye, som nevnt finnes det blant annet bilde-memes og videoer, men også små GIFs som er sammensatt av et par bilder eller en kort video. “Know Your Meme” drar frem “images” og “videos” som eksempler når de forklarer hva memes er (memes, 2020, avsn. 6-7). I mitt prosjekt har jeg valgt å ta utgangspunkt i kun representasjoner i form av stillbilder, og derfor er både GIFs og videoer utelatt. Jeg velger å fokusere bare på stillbildene, fordi at alle kategoriene er veldig store, og for å kunne foreta en undersøkelse og analyse av noen memes måtte jeg derfor foreta en avgrensning.

4.2 Arenaer for memes - Memescape

Som jeg var inne på under kapittelet om begrepsavklaringer, kan memescape bli sett på som et samlingssted for memes. På grunn av hvordan memes fungerer, blir de sett på, delt, imitert, distribuert inne på memescapes (Wiggins & Bowers, 2014, s. 1893). Videre fremmer Wiggins og Bowers at begrepet memescape er et teleskopord, det vil si et sammentrukket ord, i dette tilfelle er det “meme” og “landscape” som blir til memescape” på engelsk (2014, s. 1893). En kan finne memes på ulike memescapes slik som 4chan, FunnyJunk, reddit og 9gag, men de finnes også på Facebook, Twitter, Twitch og Discord. På de ulike nettsidene blir memes brukt forskjellig, da kanalene de eksisterer på, opptrer på forskjellige måter. Sosiale medier med underkategorien sosiale nettverkstjenester, opptrer for eksempel annerledes enn de sidene som ikke kan legges under denne kategorien.

Reddit

Reddit kan kategoriseres som en sosial nettverkstjeneste, på grunn av at en kan lage vennelister, ved å følge andre personer for å se hva de poster. Ved å søke på google får en opp “reddit: the front page of the internet”, når jeg klikker inn på hjemmesiden for å lese hva de sier om seg selv står det skrevet; “reddit is home to thousands of communities, endless conversation, and authentic human connection. Whether you’re into breaking news, sports, TV fan theories, or a never-ending stream of the internet’s cutest animals, there’s a community on reddit for you” (redditinc, 2020 avsn. 1). Reddit fungerer ved at millioner av personer omkring i verden “poster” “voter” og “kommenterer” i de ulike samfunnene som er basert omkring folks interesser. De ulike tingene en kan foreta forklares av reddit slik;

- Post - The community can share content by posting stories, links, images, and videos.
- Comment - The community comments on posts. Comments provide discussion and often humor.
- Vote - Comments & posts can be upvoted or downvoted. The most interesting content rises to the top.

Reddit har eksistert siden 2005, og ble laget av to venner fra collage (redditinc, 2020, avsn. 5). Hvordan brukes reddit til å spre internett memes? Ifølge Karlsson oppstår mange memes inne på de ulike samfunnene inne på reddit, og kort forklart; En meme er populær innenfor “det aktuelle samfunnet” så lenge den bare holder seg der, spres den videre, minker den i popularitet i “det aktuelle samfunnet”, mens den for verden blir mer populær (2019, s. 20).

I spørreundersøkelsen som Karlsson fikk lov til å laste opp på reddit, fant hun ut hvilke kriterier som måtte oppfylles i en meme, for at de ville dele den videre sine venner (enten inne på reddit eller i andre internettsamfunn). I tillegg fant Karlsson ut at for personer på reddit, var det viktigst at en meme var morsom, og deretter at en kunne relatere seg til den (2019, s. 19). Eksempelvis kan en si, at hvis en meme på reddit er morsom og en kan relatere seg til den, er det stor sjanse for at den vil få en upvote og kanskje noen kommentarer. En upvote betyr at en har større sjanse for å bli sett av flere folk, og kanskje bli videreformidlet over til andre sosiale medier.

Facebook og memes

Facebook kan også kategoriseres som en sosial nettverkstjeneste, kravene om egen venneliste, profil, og mulighetene til å både konsumere, produsere og/eller interagere med nyhetsstrømmer, oppfylles. Facebook kan være både synkron og asynkron, i den betydning at en kan velge i innstillingene sine, om en vil at fremmede skal kunne skrive til deg. I tillegg er det også slik at hvis en er medlem i en Facebook gruppe, må en ikke være venn med de i gruppen, for å få skrive med deltakerne.

Jeg gikk inn på Facebook og søkte opp “memes” og topp resultatet jeg fikk opp var en Facebook side som bare heter “memes”, når jeg sjekket hvor mange som liker denne siden, var den oppe på 15 millioner, i februar 2019, (Facebook, memes 2020, avsn 2 til høyre). Inne her skriver de som har laget denne Facebook siden at de er “the worlds official source for memes. Your daily dose of entertainment.” (Facebook, memes 2020, avsn. 1 til høyre). Denne Facebook siden ble opprettet i 2012, og har siden postet bilder, videoer og tekst som kan kategoriseres som memes (Facebook, om memes 2020, avsn. 1). En kan også komme over memes inne på sosiale medier som Facebook og Twitter, men disse plattformene blir ikke sett på som de vanligste for memes, derimot er 9gag og FunnyJunk sider som er mer dedikerte til deling av memes.

4chan

I motsetning til de første to eksemplene, kan 4chan ikke kategoriseres som en sosial nettverkstjeneste, blant annet på grunn av at en kan velge å fremstå som anonym hvis ønskelig. 4chan er en nettside der mange memes oppstår og eksisterer, det er et diskusjonsforum der folk poster bilder og kommenterer. Når jeg besøkte nettsiden, står det helt øverst en introduksjon på hva slags nettside det er;

“4chan is a simple image-based bulletin board where anyone can post comments and share images. There are boards dedicated to a variety of topics, from Japanese animation and culture to videogames, music, and photography. Users do not need to register an account before participating in the community. Feel free to click on a board below that interests you and jump right in!” (4chan, 2020, avsn. 1).

4chan som en nettside fokuserer på tråder som har bilde posts, og for å starte en ny post må en ha et bilde, men for å kommentere på en eksisterende tråd, trenger en ikke å legge ut et bilde (4chan FAQ, 2020, avsn. 1, til høyre). For å passe på at folk følger reglene som er satt ved nettsiden, kan administratorene se IP-adressen til vedkommende, noe som gjør at de kan blokkere eller banne folk som misbruker deres tillit (4chan FAQ, 2020, avsn. 4, til høyre). Inne på 4chan poster folk bilder, og det kan oppstå nye iterasjoner basert på allerede eksisterende memes, eller det kan forekomme helt nye memes fordi folk kan relatere til et bilde som ble postet, da enten som en kommentar eller som det originale bildet.

Twitch

Twitch er en streamer plattform hvor det er en person som streamer enten et spill, kanskje noe kreativt arbeid eller lignende. Personen som streamer har også en “chat” hvor hvem som helst kan skrive. På samme vis som Facebook og reddit, er også Twitch en sosial nettverkstjeneste. Hvis en som streamer blir partner med Twitch, får en også muligheten til å legge til egne emojis som folk kan benytte i “chat” ved å abonnere til deg. Emojis en har aktivert kan folk også bruke på andre sosiale plattformer som Discord. Et fenomen som er kjent på Twitch, er memes som er laget av ansiktet til streamere, disse er ofte skjermbilder tatt av ansiktet under en stream, som folk har laget om til emojis. Et eksempel på en slik emoji er fra den svenske streameren Sebastian Fors, som er en aktiv spiller som streamer på Twitch (forsen, 2018, avsn. 1). Sebastian Fors er på nett bedre kjent som “forsen”, som er hans kallenavn. Det er en god del memes i form av emojis som er knyttet til Sebastian, men en av de som er av hans ansiktet, går under navnet “ForsenE”. Bildet er av hans ansikt som er strukket ut til å se ganske deformert ut, og videre er det blitt lagret til en emoji. Under har jeg funnet bildet av emojien “ForsenE”, og et normalt bilde av “Sebastian Fors”, hentet fra en artikkel som omhandlet streameren.



Figur 5 "ForsenE", knowyourmeme nettside, skjermdump 2019



Figur 6 "Sebastian Fors", dexerto nettside, skjermdump 2019

Andre nettsteder en også kan finne memes, er blant annet 9gag eller FunnyJunk. Som 4chan er også FunnyJunk en side som fokuserer på bilder, og det samme kan sies om 9gag, og jeg valgte derfor å ikke gå videre inn på disse. Noen av nettstedene jeg har gått igjennom har stort fokus på å re-poste memes som de har funnet på andre nettsider, mens på andre nettsteder dannes nye memes. Inne på de ulike memescape som finnes, er det også ulike typer memes, reddit har stort fokus på bilde-memes, inne på Twitch lages det ofte nye

emojies, mens det også eksisterer ulike videoer eller GIFs av memes, for å gjøre det hele litt mer oversiktlig skal jeg kategorisere memes.

4.3 Memes, kategorisering

Memes i seg selv kan deles inn i flere kategorier, ut ifra det jeg ser inne på nettsiden “Know Your Meme”, kategoriserer de memes inn under flere typer kategorier, alt fra “kultur” til ulike “nettsider” (categories, 2020, avsn. 1 & 5). Under hver av kategoriene som eksisterer inne på “Know Your Meme”, kan en finne flere underkategorier. Drar jeg frem kategorien de har for kultur, finner en “kunst, land, mat, musikk, religion, sport og teknologi” som har mange ulike memes inn under hver av underkategoriene. Innenfor hver av disse kategoriene vil det også være memes som er mer interne, og noen som er mer universelle, derfor valgte jeg å kategorisere memes innenfor det jeg kaller for “fellesskap memes” og “generelle memes”.

Memes som brukes innenfor spesifikke internettsamfunn er det vi kan kalle for “interne memes”, disse valgte jeg å legge i en kategori med navnet “fellesskap memes”. Memes som er mer forståelig for alle, det vil si “universelle memes” blir lagt under “generelle memes”. Ved å foreta en slik forenkling av fordelingen av memes, kunne jeg lettere gi en god forklaring på hvorfor noen memes er enklere å forstå for enkeltpersonen som ikke kan så mye om memes, opp mot memes som er veldig interne innenfor noen fellesskap. Internett er fylt av memes, og innenfor de fellesskapene jeg er medlem av, ser jeg til tider memes som jeg ikke forstår, bare fordi jeg ikke spiller akkurat det ene spillet de snakker om, som memen er basert på.

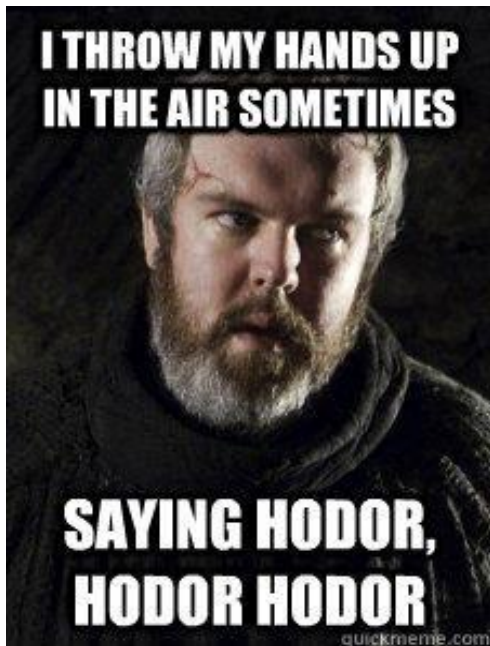
4.3.1 Eksempler på fellesskap memes:

Inne i denne kategorien vil jeg legge eksempler på memes som kan være innenfor et fellesskap på nett, disse memes er ofte veldig interne, og utenforstående vil sikkert ikke forstå memen om den ikke blir forklart.

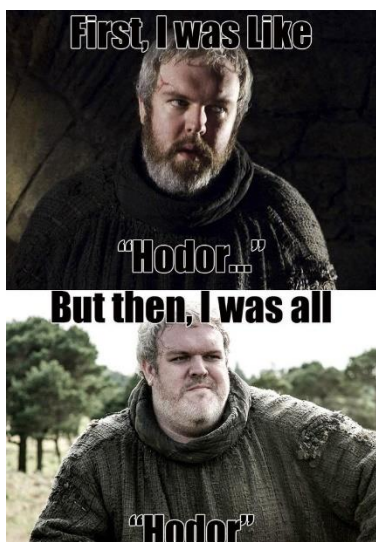
“Hodor” og “Hold the door” memes

Hodor er en mindre viktig karakter i George R. R. Martin’s bokserie “A Song of Ice and Fire” også bedre kjent som “Game of Thrones” tv-serie. Hodor er kjent for at han hjelper å

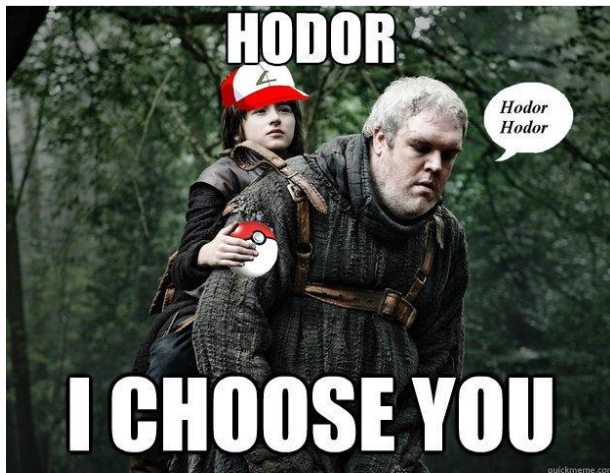
bære Bran, etter at Bran ble handikappet. Ellers er Hodor også kjent for entall setnings frasen hans "Hodor" (Hodor, 2019, avsn. 1). I senere tid ble det kjent at frasen "hodor" og navnet til karakteren egentlig er en forkortelse av "hold the door", og det er ut ifra det, at mange memes med "Hodor" og dører ble lagd. I august 2011, ble det laget en side inne på "Quickmeme", der mange bilde-makroer ble laget av Hodor. "Quickmeme" er en nettside som har gallerier med bilder og brukergenererte bilde-makroer (quickmeme, 2017, avsn. 1). Her er noen eksempler på bilde-makroer som ble laget av Hodor:



Figur 7 "Hodor(1)", knowyourmeme nettside, skjermdump 2019



Figur 8 "Hodor(2)", knowyourmeme nettside, skjermdump 2019



Figur 9 "Hodor(3)", knowyourmeme nettside, skjermdump 2019



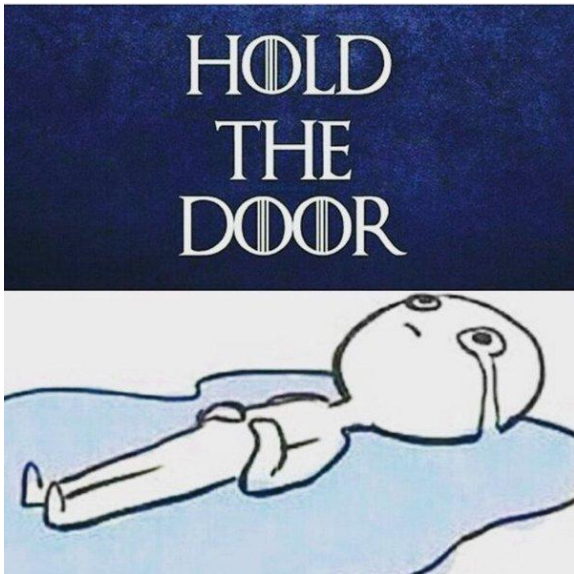
Figur 10 "Hodor(4)", knowyourmeme nettside, skjermdump 2019

Her kan en se at memen med Hodor kan variere veldig, fig. 7 og 8 handler i seg selv mest om Hodor, men i fig. 7, er det også tatt med et vers som det er foretatt endringer på. Verset er egentlig fra sangen "Dynamite", hvor den originale teksten er, "I throw my hands up in the air sometimes saying ayeoh, gotta let go", men i denne memen er teksten omgjort til "I throw my hands up in the air sometimes saying Hodor, Hodor".

Fig. 8 er basert på en annen meme som heter "At First I Was Like ...", der teksten bruker å være "At first I was like x, but then I y", der x og y fylles ut ulikt hver gang. I Hodor memen ble både x og y "Hodor", på grunn av at Hodor bare kan si Hodor. Bildene og teksten til "At First I Was Like" varierer hele tiden, men karakterene på bildene er ofte veldig like, men ansiktsuttrykk, setting og "x og y" kan variere veldig (at-first-I-was-like 2019, avsn. 2).

Figur 9 er derimot blandet inn med Pokémon, der Bran i dette tilfellet er Pokémon treneren, og Hodor er en Pokémon. Innenfor Pokémon er det godt kjent at Pokémons ofte sier det samme som navnet deres, og derfor passer det veldig godt å gjøre dette til en meme, med Hodor som bare sier "Hodor". Det siste bildet jeg dro frem her er ikke av Hodor, men av

Boromir ifra J.R.R Tolkien's trilogi Lord of the Rings (one-does-not-simply-walk-into-mordor, 2019, avsn. 1). Figur 10 er en meme som går under navnet "One Does Not Simply Walk into Mordor" som ble kjent etter 2001, der slagordet "one does not simply walk into mordor" ofte ble brukt på ulike bilder, men også på bildet av Boromir der han sier den. I den med Hodor er slagordet derimot endret litt, da det er et kjent faktum at Bran ikke kan gå, og derfor er den endret til "Bran does not simply walk without Hodor". Under er noen eksempler på "hold the door":



Figur 11 "Hold the door(1)", knowyourmeme nettside, skjermdump 2019



Figur 12 "Hold the door(2)" knowyourmeme nettside, skjermdump 2019

I sesong 6 av Game of Thrones ble episode 5 navngitt "The Door", dette var en episode hvor Bran Stark fortsatte sin reise med Three-Eyed Raven, og vi fikk videre vite hvordan frasen

“hold the door” ble om til “hodor”. Når episoden var ferdig ble frasen “hold the door” spredt omkring på internett, og fans omkring reagerte på tragedien som hadde skjedd i serien. Figur 11 viser et bilde som ble laget og postet på Twitter, på under 24 timer hadde tweeten fått 2000 retweets og 1600 likes (hold-the-door, 2019, avsn. 4). I etterkant av opplastingen på Twitter, oppstod det memes som hadde tittelen “It’s gonna be hard to be polite from now on”, sammen med bilder der “Hold the door” er skrevet. Som reaksjon til frasen “hold the door” er at fans av Hodor brekker sammen og får litt posttraumatisk stress når de hører den, og de tenker på at Hodor døde fordi han holdte døren igjen for å redde resten.

Hvorfor vil jeg legge “Hodor” og “Hold the door” under kategorien fellesskap memes? I perioden disse var aktuelle, var de enklest og forstå hvis du så på Game of Thrones, Figur 12 av Hold the Door, visualiserer denne begrunnelsen veldig godt.

I bilde fire nederst til høyre i figur 12, ser du en person som sier “um”, vedkommende virker ukjent med frasen “hold the door”, noe som forklarer hvorfor at han ikke reagerer på samme måte som personen som ligger på gulvet (i fosterstilling). Memen “Hodor” og “Hold the Door” er begge memes som kommer fra Game of Thrones universet, og for å ha en forståelse av dem må du enten kunne litt om serien, eller ha sett serien. Mens folk som hverken har sett serien eller har fulgt med på det som blir sagt om den, vil ikke kunne ha en forståelse på hvorfor et bilde bare sier “Hodor” eller hvorfor folk ble “traumatisert” av å høre “hold the door”.

I took an arrow in the knee

Dette er en meme som kommer fra det kjente dataspillet “The Elder Scrolls V: Skyrim”. Inne i spillet finnes det flere “NPCs”, det vil si ikke-spillbare karakterer som en kan interagere med. Den/de aktuelle NPCene i dette tilfellet er vakter utenfor den ene byen som har et par forskjellige setninger de sier når en går forbi dem. Setningen som memen stammer fra er, “I used to be an adventurer like you, then I took an arrow in the knee”. Frasen, “I used to X, then I took an arrow to the knee.” er det som brukes som tekst i memen, men andre iterasjoner eksisterer også. Noen eksempler på variasjoner av memen er:



Figur 13 "I took an arrow(1)", knowyourmeme nettside, skjermdump 2019



Figur 14 "I took an arrow(2)", knowyourmeme nettside, skjermdump 2019



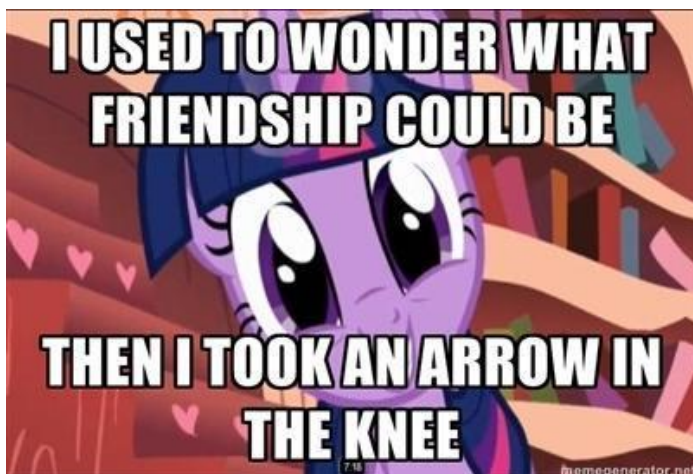
Figur 15 "I took an arrow(3)", knowyourmeme nettside, skjermdump 2019

Memem ble først veldig kjent i 2011, men det finnes referanser på forgjengere på hvor "arrow in the knee" kan ha kommet fra, som daterer tilbake til en fantasi novelle med navnet "The Name of the Wind", som ble gitt ut i 2007 (i-took-an-arrow-in-the-knee, 2019, avsn. 3-4). Men selve memem sirkulerte på internett fra December 2011, der den ble lagt ut på en sub-reddit med navnet "skyrim". Motivet på figur 15 er kjent fra en annen meme som heter "Y U No Guy" som også er kjent som "Y U no [x]?" som er forkortelse til "Why you no [x]"

(y-u-no-guy, 2019). Alle bildene her er en iterasjon av vakten som en ser i Skyrim, men det eksisterer også andre variasjoner som er dratt inn i andre sjangere. Under er to eksempler på andre variasjoner:



Figur 16 "I took an arrow(4)", knowyourmeme nettside, skjermdump 2019



Figur 17 "I took an arrow(5)", knowyourmeme nettside, skjermdump 2019

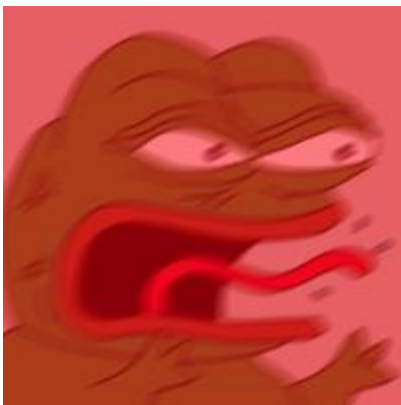
Figur 16 er fra en serie som gikk på History Channel, med navnet "Ancient Aliens", mens figur 17 er fra serien "My little pony". Som en ser her, er teksten på de ulike bildene mye den samme, men bildene er forskjellige. Denne memen kan bli sett på både som en "fellesskap meme", men også litt opp mot "generelle memes", siden den også har varianter som kan dras fra Skyrim miljøet og inn i andre miljø, men jeg velger å legge den under fellesskap, fordi folk flest i utgangspunktet ikke vil forstå den uten å ha vært borti temaet på forhånd.

Andre memes som kan legges inn under denne kategorien er for eksempel, "Rage comics", "Ugandan knuckles", "Dank meme", "Sanic-hegehog", og "Pepe the frog". Noen av disse ligger i grenseland mellom en generell meme, og en fellesskap meme. Men eksempelet på

Pepe the frog kan være ganske kontroversielt, fordi innenfor noen fellesskap blir “Pepe” sett på som et hat symbol, mens i andre fellesskap er “Pepe” bare en emosjonell ustabil frosk. “Pepe” er også en av de memes som det eksisterer tonnevis av iterasjon av. Eksempelet “Sad Frog” også kjent som “feels bad man”, “Smug frog” eller “smug Pepe”, “Angry Pepe”, “Pepe hands” osv. Under er noen eksempler på Pepe the frog:



Figur 18 "Smug Pepe", knowyourmeme nettside, skjermdump 2020



Figur 19 "Angry Pepe", knowyourmeme nettside, skjermdump 2020

Grunnen til at “Pepe” er blitt så kontroversiell, er fordi han i noen tilfeller også blir sett på som et høyreekstremt- og et hat-symbol (pepe-the-frog, 2020, avsn. 8). Originalen til Pepe the frog var en misforstått frosk, men i dagens samfunn er det mange som ikke liker han. Som jeg var inne på, er “Pepe” the frog, et godt eksempel på en meme som kan havne under både fellesskap memes, og mer generelle memes. Dette på grunn av at han er veldig omdiskutert, og har ulik betydning innenfor forskjellige miljøer, jeg valgte å legge han under den første kategorien, fellesskap memes.

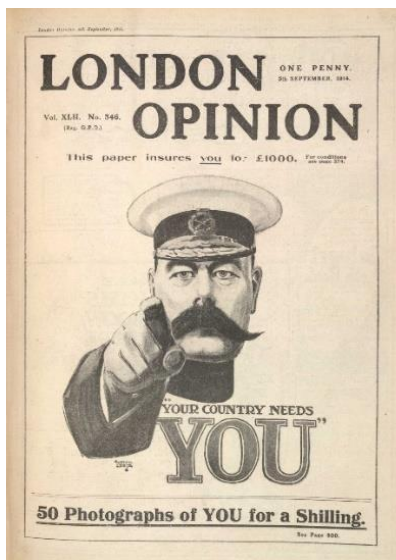
4.3.2 Eksempler på generelle memes:

Generelle memes, er memes som alle bruker, og som alle vil forstå, universelle for de fleste.

“Your country needs you”

Den første memen jeg valgte å legge under generelle memes, er et eksempel jeg hadde under kapittelet 3.1.1 om kulturjamming, plakaten fra “Uncle Sam”, med “I Want You”. Dette eksisterer også i dagens internett-samfunn som en meme. Litt bakgrunnsinformasjon om denne posteren er at den originalt var en form for propaganda. Brukt for å rekruttere folk til å kjempe under krigen for Amerika, som igjen var inspirert av Britannias poster av Lord Kitchener. Lord Kitchener var en krigshelt i Britannia, og 5 august i 1914 deklarererte Britannia krig mot Tyskland, og det ble laget postere av Lord Kitchener som pekte mot betrakteren av bildet. På posteren stod det “Your country needs you” (your-country-needs-you, 1914, avsn.1).

Kulturjamming var noe som startet i Amerika, og plakaten de brukte var av Uncle Sam, og ikke den av Lord Kitchener. Som vi vet brukte jammere å gjøre om på reklame, for å få frem en annen betydning. Men i tillegg til å ha blitt brukt av jammere, anvendes denne plakaten også i memes, og ifølge nettstedet “Know Your Meme” har memes med “I Want You” plakaten, blitt brukt i memes siden 1914. Denne memen ble først spredt ved at ulike kunstnere imiterte det originale bildet, og la på et annet budskap i teksten, for å bevisstgjøre om problematikker de så i samfunnet (Uncle Sam’s “I Want You” Poster, 2019, avsn. 4).



Figur 20 “Your County Needs You” knowyourmeme nettside, skjermdump 2020



Figur 21 "I Want You Poster", knowyourmeme nettside, skjermdump 2020



Figur 22 "I Want You - Orgrimmar", knowyourmeme nettside, skjermdump 2020

Figur 20, er en cover-illustrasjon designet av den grafiske kunstneren Alfred Leete til magasinet "London Opinion magazine". I midten har vi figur 21 av "Uncle Sam" som er den mest kjente versjonen av bildet, og er laget av kunstneren James Montgomery Flagg, til propaganda for USA's rekruttering til krigen. Figur 22, er en iterasjon av "Uncle Sam" med et ansikt av en orc, fra det kjente dataspillet World of Warcraft, der han rekrutterer spillere for å kjempe for den ene fraksjonen i dataspillet (Uncle Sam's "I Want You" Poster, 2019, avsn. 5).

LOLcats

Som et annet eksempel for hva jeg vil kategorisere som en generell meme har vi “Lolcat”, denne memen var jeg så vidt innom tidligere, men jeg vil si litt mer om den, på grunn av at den passer godt under denne kategorien. Som beskrevet tidligere i oppgaven er “LOLcats” en bilde-makro, i bildene er det oftest katter som er portrettert, sammensatt med morsom tekst der kattene “snakker” på en type engelsk med dårlig grammatikk, ofte blir dette kjent som “lolspeak” (lolcats, 2019, avsn. 1). Ifølge “Know Your Meme” har bilder med “LOLcats” eksistert siden 2005 på 4chan, men ble bedre kjent i 2006. I tillegg har memen “LOLcats” en forgjenger som daterer helt tilbake til 1870, men den gang i form av fotografier, som en fotograf med navnet “Harry Pointer” tok. Han fotograferte katter i mange ulike situasjoner, og la til morsom tekst som beskrev konteksten til bildet (lolcats, 2019, avsn. 4). Bilder av katter i morsomme situasjoner, har vært noe vi mennesker har vært fascinert over, en god stund. Under er noen eksempler på “LOLcats”.



Figur 23 “lolcat(1)”, knowyourmeme nettside, skjermdump 2019



Figur 24 “lolcat(2)”, knowyourmeme nettside, skjermdump 2019



Figur 25 “lolcat(3)”, knowyourmeme nettside, skjermdump 2019

Bildene er eksempler som de dro frem inne på nettstedet “Know Your Meme” (lolcats, 2019, avsn. 6). På alle tre eksemplene kan en se at grammatikken og ordstillingen er feil, men det er slik de brukes på bilde-makroen. På Figur 23 (lolcat), her ser vi bildet av en katt, som ser ut til å falle ned i vannet, og det er godt kjent at katter ikke er glad i vann. Dette gjør at teksten til bildet blir mer humoristisk, teksten betyr; “ikke vær redd, jeg er jesuskatt”. Teksten blir mer humoristisk fordi det ble sagt at Jesus kunne gå på vannet. Figur 24 (lolcat) har derimot 2 katter på bildet, og teksten sier at katten som er ute, brukte feil passord, den får derfor ikke lov å komme inn. I den siste bilde-makroen figur 25, ser vi en forskrekket katt som overreagerer, og på skriften står det “oh herregud”. En av grunnene til at jeg synes dette bildet er morsomt, er fordi katter er kjent for å overreagere på små ting, og kan til tider være veldig lettskremte. I dette tilfellet er den livredd for tannbørsten. Plasseringen av “LOLcats” passer godt under kategorien med generelle memes, fordi de er lette å forstå, og en trenger ikke noen forkunnskaper for å skjønne konteksten til bildet, teksten er også selvforklarende. Andre memes som jeg også har lagt under denne kategorien memes er “doge”, “Bad luck brian”, “Gabe the dog”, og “surprised pikachu”. Mange av disse kan også brukes mer internt, og er ofte veldig selvforklarende, og en trenger ikke å ha forkunnskaper om hvor bildet originalt kommer fra, for å forstå konteksten. Ta memen “surprised pikachu” figur. 26, dette er et bilde av pikachu som er tatt rett fra Pokémon animen. “Surprised pikachu” blir brukt som et reaksjonsbilde sammen med tekst, der en egentlig vet hva som kommer til å skje, men blir “overrasket” likevel. Eksemplet “Know Your Meme” drar frem er:

me: hmm what happens if i forcibly bend this thing

thing: *breaks*

me:



Figur 26 “Surprised Pikachu”, knowyourmeme nettside, hentet fra skjermdump 2019

Dette meme-formatet er hvordan “surprised pikachu” brukes, der teksten står øverst og deretter kommer bildet under. Tekstene over kan variere og brukes i mange ulike sammenhenger. Memen med “surprised pikachu” kan også dras inn i mange ulike temaer, som gjør den universell, og lett å bruke for alle.

4.4 Oppsummering av meme

Ordet “Mem” ble i Norge et nytt offisielt ord i 2016, men som forklart har det allerede eksistert i 40 år. Det ble først brukt av Dawkins for å forklare at alt “ikke-genetisk” vi mennesker gjør er en meme. Senere motsa blant annet Rushkoff det Dawkins sa, og beskrev memes som et virus i stedet. Videre fremmer Rushkoff; “Personer med svake immunsystem risikerer å falle for gjemte meldinger, for videre å spre dem til andre folk”. Jeg har satt fokus på den nyere betydningen av ordet meme, som brukes med internett, “internett meme”. Hvis en tar i bruk deler av Dawkins forklaring, kan en si at en meme “kan teknisk sett være alle former for overførbar informasjon”. Det vil si, at memes må ha vært igjennom en prosess for å bli kategorisert som en meme. Memes kan være alt fra morsomme sitater til absurde tekstede bilder, virale videoer eller lignende. Jeg var også inne på memescapes, som er ulike nettsider, der memes enten blir opplastet for første gang, eller delt videre med andre. Jeg dro frem, og forklarte kort om hvordan memes benyttes inne på reddit, Facebook, 4chan og Twitch. Jeg har kategorisert memes i to ulike kategorier, der jeg kalte den ene for “fellesskap memes” og den andre “generelle memes”. I den ene kategorien “generelle memes”, la jeg memes som er lettere å forstå for alle mennesker, og i den andre “fellesskap memes” trenger en ofte litt bakgrunnskunnskap om popkulturen rundt memen.

5. Utvalg av memes og kulturjammer

Når det kom til valg av memes og kulturjammer jeg ønsket å analysere, tok jeg utgangspunkt i, blant annet tekstene fra Naomi Klein og Addie Howell. Det første jeg bestemte meg for i denne masteroppgave, var at jeg bestemte å ha et fokus på ulike former for visuelle uttrykk, i form av bilder, i stedet for videoer og installasjoner. Etter å ha foretatt et valg, kunne jeg få en bedre oversikt over hva som eksisterte av bilder.

Når det kom til hvilke kulturjammer jeg ønsket å bruke, ville jeg at de skulle være laget på forskjellige måter, derfor er den ene fra en gatekunstner, det andre inspirert av fotografi og det siste digitalt. “Joe Camel” var den første kulturjammen jeg bestemte meg for å analysere, og at jeg skulle ta for meg noe av gatekunstneren Banksy som nummer to. “Joe Camel” tar for seg kapitalismen i et kritisk perspektiv, og ser ut til å være laget digitalt i forhold til utførelsen. Banksy er kjent for både å lage installasjoner og som å være en gatekunstner, mitt fokus er på et av hans del av produksjonen han som dreier seg om gatekunst. Den siste representasjonen jeg valgte å ta for meg i kulturjammingen er et bilde som den konseptuelle kunstneren Barbara Kruger har laget. I sine kunstverk tar for seg fotografier som hun legger tekst på.

Memes var et vanskelig fenomen å foreta et utvalg av, fordi det eksisterer mange forskjellige kategorier, for å nevne noen;

- **Video med lyd** (Crab Rave, en video som ble en meme i 2018 (crab rave, 2019, avsn. 1).
- **Video uten lyd** eller **GIFs**. (eksempelvis Popcorn GIFs (popcorn GIFs, 2017).
- **Redigerte bilder med tekst** (eksempelvis bildet av Pikachu, lolcat, Obama Hope, Success Kid, Uncle Sams I want you poster)
- **Redigerte bilder uten tekst** (eksempelvis; Kappa)
- **Emojies** (eksempel; Pepe the frog, Kappa)

Igjen har jeg foretatt en avgrensning, fokuset mitt var også her på visuelle uttrykk i form av bilder, derfor var både GIFs og videoer utelukket. En meme som kan bli sett på som kontroversiell, er “Obama Hope”, og dens iterasjoner, den er ofte politisk og er til og med brukt innenfor kulturjamming, og drar derfor en rød tråd mellom disse fenomenene. Howell drar blant annet en tråd mellom politiske memes og kulturjamming, der hun så på hvordan

Obama Hope plakaten som en politisk meme blir brukt som kulturjamming (2019 s. 6). Success Kid er den andre memen jeg valgte å undersøke, dette bildet blir brukt på forskjellige måter. Innenfor kategorien med fotografier og memes var det utallige å velge mellom, jeg vurderte lenge “lolcat”, “doge” eller “success kid” da alle bruker et fotografi som det er foretatt endringer på. Den siste jeg valgte å ta for meg er “Kappa” som brukes mye på Twitch, i “chat” som en emoji. Her var jeg også innom en del ulike emoji før jeg valgte å gå for Kappa. Grunnen til at jeg valgte den, var fordi den er veldig kjent, og mye brukt i “chat” på Twitch eller Discord.

Utvalgte Kulturjammer	Utvalgte Memes
Joe Camel	Success Kid
Banksy	HOPE
Barbara Kruger	Kappa

6. Analyse av data

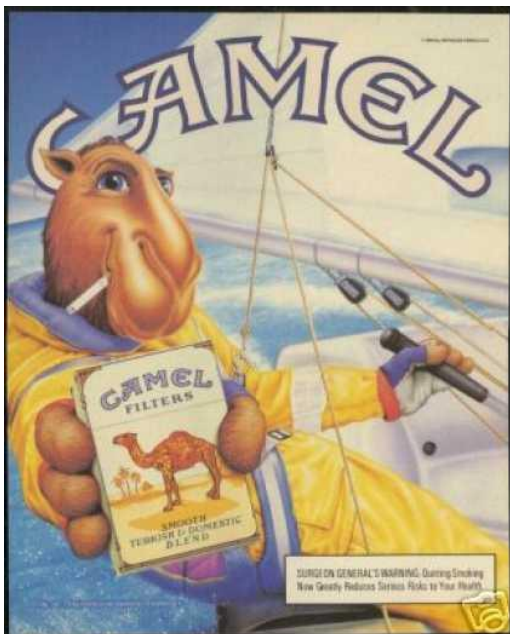
For å undersøke og analysere bildene fra både memes og kulturjammen, organiserte jeg dem ved å sette dem sammen parvis med teksten eller bildet de var inspirert av, for å få en bedre forståelse av virkemidlene de bruker for å oppnå ønsket endring. Jeg tok for meg å sammenligne fenomenene i form av hvilke forbindelser de har, i form av virkemidler og intensjon.

6.1 Analyse av kulturjammer

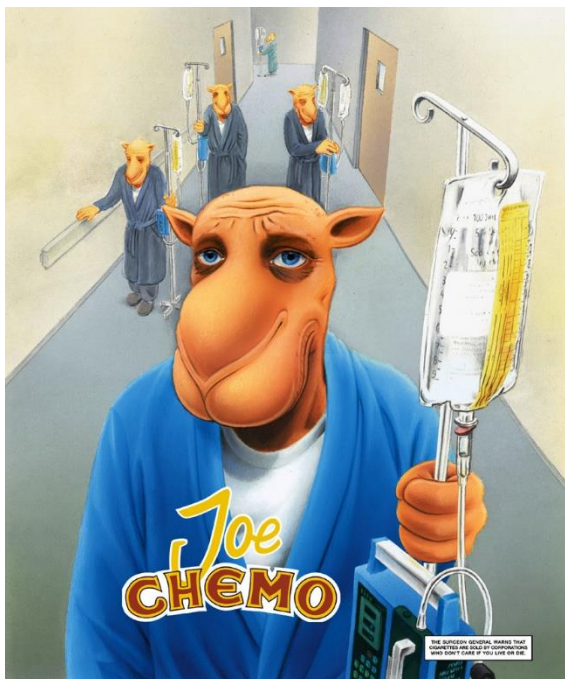
Først tok jeg for meg bilder fra kulturjammen, før deretter presenterer memes. De første bildene jeg analyserte, er de samme som Klein blant annet har diskutert, “Joe Camel” og “Joe Chemo”.

6.1.1 Joe Camel

Figur 2, heter som nevnt tidligere “Joe Camel Sailboat Sailing Cigarette” og ble publisert i 1990 (Joe Camel Ads of the 1990s, 1990-tallet). Figur 3, heter “Joe Chemo (Hallway)” og ble publisert i 1996 som en kritikk opp mot tobakksindustrien (Fuck Philip Morris: Joe Chemo (Hallway), 1996). Videre i oppgaven henviste jeg til bildene som “Joe Camel” og “Joe Chemo”. For å begynne analysen av bildene dro jeg først inn fenomenologien.



Figur 2 "Joe Camel", vintageadbrower nettside, skjermdump 2019



Figur 3 "Joe Chemo", adbusters nettside, skjermdump 2019

For å kunne undersøke og belyse "Joe Camel" og "Joe Chemo" i et førstegangs erfaringsperspektiv er det viktig å legge til sides all informasjon en vet om bildene. Begge bildene av Joe var noen jeg ikke hadde sett før jeg de ble funnet i og med denne masteroppgaven. Det første som slo meg på bildet av "Joe Camel" var at han ser ut som en sporty, og rik kamel. Jeg la merke til at han står på en båt og at han viser frem en boks med røyk. Det ble etter hvert klart for meg at det var reklame for salg av røyk. I figur 3 av "Joe Chemo" ser jeg at det er samme kamel som i figur 2, på grunn av likheter mellom bildene. I kulturjammen som er laget av "Joe Chemo", la jeg først merke til hvor sliten karakteren ser ut, og jeg kjente igjen at infusjonsstativet tilhører et sykehus, noe som forteller meg at kamelen på bilde er syk. Jeg tenkte at intensjonene med bilde to er at bilde skal ha stor kontrast til bilde en, og fungere som skremsel mot de som kjøper røyk.

Panofsky:

Den primære betydning:

Et av de første motivene en så på bildet av "Joe Camel", er en kamel med menneskelig form som har på seg sportsklær, etter hvert legger en merke til flere ting på bildet slik som, røyken i munnen på karakteren, røykpakken, et hav, og båten som karakteren ser ut til å styre. I bildet av "Joe Chemo" er det derimot helt andre motiver, frontfiguren "Joe Chemo" er fortsatt den samme, men med en ny stemning, klærne han har på seg er byttet fra sportsklær, til en morgenkåpe. "Joe Chemo" holder seg i et infusjonsstativ, der det henger en pose som

han trenger for å få intravenøst. I bakgrunnen ser vi også flere kameler, som ser ut til å være i samme tilstand som frontfiguren. De har også med seg hvert sitt infusjonsstativ med tilbehør. Karakterene oppholder seg i en smal trang steril gang, som ligner veldig på et sykehus.

Den sekundære betydning

Etter å ha funnet motivene i bildene, skal de analyseres nærmere. I det første bildet er “Joe Camel” fremstilt som en ung sporty fyr, som røyker og lever livet, han har glimt i øye og smiler. Båten kan tolkes som en reise, et eventyr, det åpne havet fremhever at han lever og nyter livet. “Joe Camel” lener seg mot rekkverket av båten, det kan tolkes som at han liker å leve litt på kanten, og at han tar sjanser. “Joe Camel” holder frem røykpakken, har en røyk i munnen, og det ser ut til at han prøver å fremstå som kul. “Joe Chemo” har derimot et helt annet uttrykk, han har ringer rundt øynene, ser utslitt ut, glimtet i øyet er borte, og det samme er smilet. Øynene er blasse og pelsen ser ut til å være borte, i tillegg er klærne blitt byttet ut til noe simplere. Det at pelsen er blitt borte, kan bety at han har kreft og har gått på cellegift. Cellegift gjør at en mister alt av hår. Gangen han står i, viser at han ikke er alene om tilstanden, den reflekterer hvordan det kan se ut på et sykehus, inne på en kreftavdeling. Bildene bruker også mye av de samme fargene, men de bruker ulike mengder av fargene, det vil si at de bruker mengdekontrast, eller kvantitetskontrast. Eksempelvis har bildet av “Joe Camel” mer gult i seg, mens “Joe Chemo” mer blått. Gult som farge, er i vesten forbundet med falskhet, mens blått kan bli brukt som symbol for himmelen, eller sorg (fargesymbolikk, 2019, avsn. 2). Fargene forsterker derfor inntrykket en får av å se på bildene på grunn av symbolikken omkring dem.

Den indre betydning

Begge bildene av Joe, er laget omkring 1990, det å røyke var enda ansett som kult innenfor flere miljøer, deriblant ungdom. I dag kan en se statistikk som viser at i perioden etter at masseproduksjonen av røyk gikk opp, hadde en i ettertid også en økning av folk som fikk lungekreft (The study that helped spur the U.S. Stop-Smoking Movement, 2014, avsn. 2). Etter hvert fant en ut, at det var en kobling mellom røyking og lungekreft, selv om at flere folk ble opplyst om at røyking kunne lede til kreft, var fortsatt røyking ansett som kult i en lang periode. Bildet av “Joe Camel” visualisere at røyking er kult, og en kan nyte livet med det, mens bildet av “Joe Chemo” er en kontrast og representerer konsekvensene av flere år med røyk.

Baxandall:

Intensjonen til bildet

Ved å dra inn Baxandalls metode, må en først finne ut hvorfor bildene ble laget. Det første jeg gjorde da, var å finne ut hva oppgaven til bildene er, ved å stille meg selv spørsmålene: “Hvorfor ble disse reklamebildene laget?” og “Hva er reklame bildets generelle funksjon?”. Bildet av “Joe Camel”, har som funksjon å få flere til å kjøpe produktet de reklamerer for, det vil si røyk merket “Camel Filters”, som kamel-personen på bildet holder frem. Derimot er det andre bildet laget som en protest til det første, og har som intensjon, å stoppe salget av produktet.

Oppdraget til bildet

Bildet av “Joe Camel” har som oppdrag å få folk til å kjøpe “Camel Filters”, og ble laget i en ganske sporty stil. De som lagde bildet har brukt sterke kontraster i farge, med å bruke primærfargene gul og blå, og sekundærfargen orange som er komplementærfargen til blått. De har også brukt mye hvitt i bildet, opp mot de andre fargene. “Joe Camel” står på en seilbåt og det virker som at han prøver å være kul og omgjengelig, der han viser frem pakken med “Camel Filters”. I tillegg var røyking også sett på som kult blant de rike og privilegerte, ønsket med reklamen var å portrettere dette. Ved å vise at “Joe Camel” har en seilbåt og virker veldig imøtekommende, selger de også tanken på at personer som røyker, er av de velstående og privilegerte, det vil si at røyker du fremstår også du som det. Derimot har bildet av “Joe Chemo” et helt annet oppdrag, her var oppgaven å minske salget av “Camel Filters”. For å oppnå ønsket resultat, har de dratt frem et av de verst tenkelige scenarier. Her viser de til “Joe Chemo” som har kreft, for å vise hva som kan skje hvis en fortsetter å røyke. Fargene er stort sett det samme, men med motsatt mengde farge, det vil si at de bruker kvalitetskontrast mellom bildene.

Hvem er bildet laget for?

Bildet av “Joe Camel” ble nok laget for røyk merket “Camel Filters” av enten en person som jobber internt hos dem, eller en ekstern grafiker. Uansett ble det laget for det firmaet. Derimot ble bildet av “Joe Chemo” laget som en kritikk mot tobakksindustrien, og er derfor en mot-reklame, eller som de ville sett på det “propaganda” mot selskapet. “Joe Chemo” sitt bilde hadde nok ikke noen ekstern oppdragsgiver, annet enn eget initiativ fra noen som kjemper mot tobakksindustrien.

6.1.2 Banksy

For å kunne vise en representasjon av kulturjammer laget i form for “graffiti” eller nærmere bestemt gatekunst, har jeg valgt å ta for meg et bilde laget av den kjente, og veldig omdiskuterte gatekunstneren Banksy, figur 27. Det eksisterer flere tilfeller på internett der han blir beskrevet som en kulturjammer, selv om at Banksy ikke fremmer dette selv. Deriblant har Harzman som er beskrevet tidligere i oppgaven kalt Banksy en kulturjammer. En annen person som gjorde et forskningsprosjekt på Banksy er Cult Agentz, der han har beskrevet, at hvis en ser nærmere på noen av Banksy’s bilder, kan en se likheter mellom Banksy og andre jammere (The Culture Jamming of Banksy: A Research Project, avsn. 3). En siste person som jeg også vil nevne, går under navnet “cmermer18” han/hun har også et annet navn for Banksy, der han/hun beskriver han/hun som “The Graffiti Jammer”. Det blir videre forklart, at Banksy kan betraktes som en kulturjammer i den moderne verden (Banksy: The Graffiti jammer, 2019, avsn. 1). I motsetning til de andre bildene jeg har tatt for meg, er dette ikke inspirert av et bilde, men en tekst. Bildet jeg har valgt å ta for meg, er ett som parodierer den “amerikanske drømmen” og ble laget i Boston i 2010. Det aktuelle visuelle uttrykket går under navnet “Follow your dreams (Cancelled)” (Banksy, 2010).



Figur 27 "Follow your dreams (Cancelled)", arhive nettside, skjermdump 2020

Når jeg så på det visuelle uttrykket Banksy har laget, minnet det om gatekunst, som en kan se på vegger i byer. Til forskjell fra mye av gatekunsten som eksisterer, ser det ut til at

Banksy har brukt mer tid, til å planlegge det visuelle uttrykket. Først tenkte jeg, at teksten “follow your dreams” var malt av noen andre enn Banksy, og at han brukte sitatet som en inspirasjon til å male både mannen og teksten “cancelled”.

Panofsky:

Den primære betydning

Det første en legger merke til i Banksy’s visuelle uttrykk, figur 27 er det røde “stemplelet”, hvor det står “cancelled”, som på norsk betyr “kansellert”. Motivet på bildet er en mann som holder en bøtte i den ene armen og en malerkost i den andre, under armen har han noen papirruller eller tapet. Bildet er malt på en murvegg, og en ser at under det røde “stemplelet” står det skrevet “Follow your dreams”. Bakgrunnen er som tidligere nevnt en murvegg, som er malt hvitt, mens hovedmotivet er mannen som er malt i svart. Dette lager en stor kontrast mellom motivet og bakgrunnen. For å få mere dybde i bildet og gjøre mannen fremhevet, er det brukt litt hvitt her og der for å dra frem forskjeller i flaten.

Den sekundære betydning

Som jeg var inne på i presentasjonen av dette visuelle uttrykket, ble det laget i Boston i 2010. Teknikken som ble brukt for å lage bildet, er med sjablonger, noe som Banksy er kjent for å bruke, ellers er teksten “follow your dreams” malt med vanlig kost eller lignende. Teksten på bildet “follow your dreams” er ord som ofte brukes sammen med “den amerikanske drømmen”. Den amerikanske drømmen er troen på at alle, uansett hvor de kommer fra, hvilken klasse de er født inn i, kan få deres egen versjon av suksess i et samfunn hvor alle kan klatre opp (American Dream, 2020, avsn. 1). Bare en ofrer litt, tar risikoer, og jobber hardt nok, kan en oppnå den amerikanske drømmen. På teksten i bildet er det derimot et stort rødt rektangel, med teksten “cancelled”, noe som minner meg om et stort rødt stempel fra en søknad som avslås.

Indre betydning

Det eneste en vet om Banksy for sikkert, er at han eller hun, er fra Easton i Bristol, og de eneste som faktisk vet hvem Banksy er, er noen av hans/hennes nærmeste venner (The Culture Jamming of Banksy: A Research Project, 2019, avsn. 1). Noe annet vi vet om Banksy, er at han/hun er en aktiv kunstner, og da mest innenfor gatekunsten og litt installasjoner, slik den som var i Disneyland, som jeg var inne på tidligere. Banksy bruker kjente symboler og slagord i sine visuelle uttrykk, noe som gir sterke politiske, sosiale og

økonomiske meldinger, som får folk til å tenke over sine verdier og ideer (Banksy: The Graffiti Jammer, 2019, avsn. 3). Med det i bakhodet, vet vi at Banksy ønsker at betrakteren av de visuelle uttrykkene han/hun lager skal fremkalle en reaksjon på en eller annen måte. Ved å dra denne kunnskapen inn mot det aktuelle bilde jeg analyserte, vet en at Banksy ville skape en reaksjon og få folk til å tenke. Det jeg fant ut i den primære og sekundære delen av analysen, er at bildet “Follow your dreams (Cancelled)” er kritikk mot Amerika og realiserings sjansen på “den amerikanske drømmen”. Hvis jeg drar frem den røde teksten som jeg nevnte i den sekundære delen av analysen opp mot betydningen til resten av bildet, kan jeg tolke bildet videre på to måter. Det ene er at det er lim i bøtten, og at mannen med malekosten har tatt maling ut for så å rulle ut teksten “Cancelled” fra en av “papirrullene” han har under armen. En annen måte å tolke det på, er at mannen selv har skrevet “follow your dreams”, men at systemet og samfunnet ikke gjør det mulig, stemplet blir en stopper, som gjør det umulig å følge drømmen. Det røde “stemplet” med “cancelled” minner meg stemplet på søknader, der det brukes grønn skrift for “approval”, og rød for “declined/denied”, med andre ord, den sterke røde fargen minner om en form for avvisning. Hvis en ser litt nærmere på ansiktet til mannen virker det som om at han er nedtrykt, munnvikene hans peker ned, og det ser ut til at han har mørke ringer under øynene, noe som får han til å virke utslitt. Det virker som at Banksy kanskje har malt deler av mannen på frihånd, eventuelt har han/hun brukt flere sjablonger. Det kan videre tolkes at det er noe underliggende i USA sitt system, som hindrer at alle skal ha muligheten til å følge drømmene sine.

Baxandall:

Intensjonen til bildet

Som nevnt ble bildet laget som en reaksjon på den amerikanske drømmen, der en kunne reise til Amerika for rik og suksessfull. Amerika ble sagt å være mulighetenes land, men som bildet henter til, er det ikke slik for alle.

Oppdraget til bildet

Bildet er laget i stilarten som Banksy er kjent for, det vil si gatekunst, bruk av sjablonger og spraymaling sammen med ulike slagord og symboler. Teksten “Follow Your Dreams” er derimot sikkert malt for hånd eller sprayet på veggen med sprayboks, noe som er et av hovedverktøyene til de som driver med gatekunst. Mannen på bildet er laget for å se sliten ut, som en kontrast til teksten “Follow your dreams”, da en person som har fulgt sine drømmer, ikke

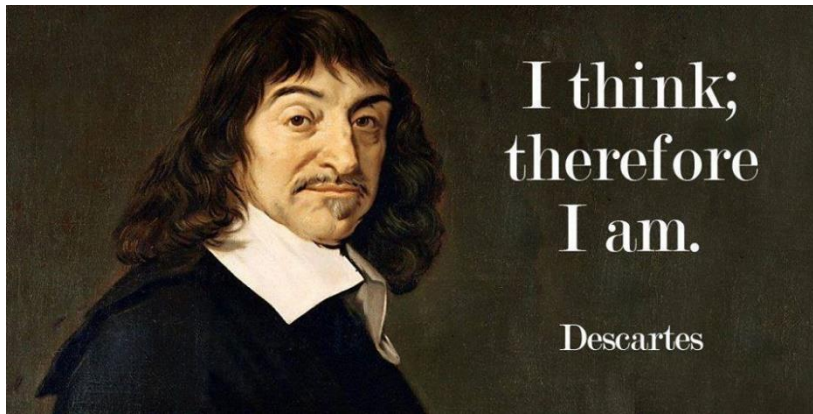
ville se så trøtt og deprimert ut. Selv om at klærne er i sort/hvit, kan en se at det ikke er en rikmanns klær, blant annet via rynkene på jakken, hatten og selve klesstilen. Klesstilen i bilde minner mye om klærne de brukte i arbeiderklassen på 1900 tallet.

Hvem er bildet laget for?

“Follow your dreams (Cancelled)” er laget av gatekunstneren Banksy, det kan ha blitt laget som en form for kritikk mot samfunnet i Amerika, men også for å få folk til å tenke seg litt om, eller for å oppmuntre folk til å ta ting i sine egne hender. Jeg var innom noen av punktene på hvordan Banksy opererer, men det kan også sies at Banksy gjennom kunsten er kritisk mot det kapitalistiske systemet og alle de hyklerske elementene og urettferdigheten i det (Banksy: The Graffiti Jammer, 2019, avsn. 3). For å konkludere litt om hvem bildet er laget for, kan det tolkes at Banksy hadde som intensjon å få frem temaet, at den amerikanske drømmen er uoppnåelig slik systemet er i dag, spesielt for personer innenfor arbeiderklassen.

6.1.3 Barbara Kruger

Den siste kulturjammen jeg valgte å ta for meg, er laget av Barbara Kruger, som er en kjent kunstner. Hun har en stor produksjon av bilder, men ifølge Beth Sorensen, er bildet under, figur 29, en av Barbara Kruger's mest kjente verk (Sorensen, u.å., s. 8). Figur 28, er et portrett av filosofen René Descartes, som er en kopi av et portrettmaleri, malt av Frans Hals (Kappe, 2020, avsn. 3). René Descartes er personen som sitatet “I think; therefore I am” kommer fra, og er inspirasjonen til Kruger's bilde “I shop therefore I am”. Sitatet av Descartes brukes på flere typer bilder, og i forskjellige sammensetninger. Jeg valgte å dra frem et portrettmaleri av Descartes, sammen med hans sitat. Det eksisterer også memes der portrettmaleriet av Descartes brukes sammen med en annen tekst, på samme måte som Kruger har foretatt i denne kulturjammen. Et eksempel på tekst er: “I meme therefore I exist - René Descartes” (ME.ME, 2016, bilde med tekst). Mer om Descartes som meme i konklusjonen.



Figur 28 "I think; therefore I am", Facebook nettside, skjermdump 2020



Figur 29 "(Untitled) I shop therefore I am", adbusters nettside, skjermdump 2020

Det første som slo meg på figur 28, var at maleriet var veldig godt malt, grunnet alle nyanseringene på fargene i ansiktet, og hvor realistisk personen bildet er fremstilt. I dette tilfellet kan en gå ut ifra at bildet er en representasjon og et fotografi kopi av et maleri. Ved å se på bildet antok jeg, at sitatet til høyre i bildet er skrevet av mannen på bildet, Descartes. Det andre uttrykket figur 29, får en helt annen fremtoning. Det minner meg om reklame på grunn av rødfargen opp mot den monokrome bakgrunnen. Teksten "I shop therefore I am" minner om sitater innenfor filosofien, der en snakker om ens eksistens.

Panofsky:

Den primære betydning

Det første visuelle uttrykket, figur 28, er et portrett maleri, som portretterer René Descartes, der han er hovedmotivet. I tillegg til hovedmotivet, er det også lagt til tekst i hvitt, der det

ene er et sitat av Descartes “I think; therefore I am” og under står etternavnet hans “Descartes”. Bakgrunnen til bildet er brunt og kan minne om en vegg, noe som gjør at både sitatet og Descartes trekkes frem. Ansiktsuttrykket til Descartes virker å være nøytralt, der han har et tomt blikk, mens han ser ut fra lerretet. Det andre visuelle uttrykket, figur 29, er laget av Kruger, og heter “shop therefore I am”. Dette visuelle uttrykket har mye mer kontrast i seg enn det første, der hun bruker sterke røde linjer rundt og i bildet, mot resten av bildet som er i monokrom fargesetting med svart/hvit. Motivene i bildet “I shop therefore I am” er det, blant annet en hånd i svart/hvit, som ser ut til å holde et lite rødt rektangulært skilt, der det i hvit font står skrevet “I shop therefore I am”. Igjen er bakgrunnen helt enkelt, noe som gjør at motivene popper mer ut.

Den sekundære betydning

Det originale bildet av Descartes er malt i 1649 av Frans Hals, som er en kunstner innenfor barokken. Det aktuelle bildet kunstneren har brukt, er en kopi av originalen, som er malt mer klart og realistisk. Som tidligere nevnt har Descartes et veldig nøytralt ansiktsuttrykk i maleriet, noe som er veldig vanlig for bilder malt i barokken. Ifølge nettsiden metmuseum.org skal portrettet i den tidsepoken være:

“... defined as a representation of a specific individual, such as the artist might meet in life. A portrait does not merely record someone’s features, however, but says something about who he or she is, offering a vivid sense of a real person’s presence.” (Portraiture in Renaissance and Baroque Europe, 2007. Avsn. 1).

Kulturjammen som ble laget av Kruger i 1987, ble til som en reaksjon mot hvordan kulturen hun lever i, er blitt mer materialistisk (Sorensen, u.å. s. 8.). Det visuelle uttrykket som Kruger lagde var basert på hvordan reklame ble brukt på folk, og tok inspirasjon på hvordan grafisk tekst og sterke farger blir brukt i medier (Sorensen, u.å. s. 8.). De sterke fargene i bildet er brukt for å fange deres oppmerksomhet. Rødt er en farge som blir symbolisert med blant annet spenning, lidenskap, og kan være appetittvekkende. Ifølge bloggen conversioner.com sine kilder vil de som gjør impuls kjøp ofte lene mot sterke farger som rødt (How to Increase Conversions Using Color Psychology, u.å. Avsn. 7). Ved å bruke rødt i sine bilder, minner det mer om en salgsreklame som tas i bruk innenfor reklame industrien.

Den indre betydning

Bildet av Descartes var ment å være et portrett av han, som hans venn Augustijn Bloemaert ønsket å ha. Descartes skulle reise til Sverige og bo, og Bloemaert var redd for at han ikke

skulle få se sin venn igjen, og ønsket derfor å ha et bilde av han som et minne (Portrait of René Descartes by Frans Hals, 2020, avsn. 1). Maleriet av Descartes var ment å være en visuell representasjon av han, for at hans venn skulle kunne huske han bedre. I tillegg vet en også at portrettmaleri i barokken hadde flere funksjoner, både sosialt og praktisk; “Miniatures were given as gifts of intimate remembrance, while portraits of rulers asserted their majesty in places from which they were absent.” (Portraiture in Renaissance and Baroque Europe, 2007, avsn. 7). I Descartes tilfelle var det hans venn ønsket å ha et bilde for å minne han, i tilfelle de ikke kom til å møtes igjen, og det ble derfor laget som en intim erindring av Descartes. I kopien av maleriet som ble laget av Descartes, har han et lite smil, ved å legge til teksten “I think, therefore I am” får bildet derfor en ny betydning. Descartes var en fransk filosof og sitatet er fra “Discourse on the method” som ble gitt ut i 1637, her forklarer og argumenterer han om betydningen til sitatet (Descartes’ “I think, therefore I am”, 2018, avsn. 6). Når bildet kobles sammen med sitatet, får bildet en ny betydning, bilde-representasjonen av Descartes ser ut mot betrakteren av bildet, og han virker bestemt og fornøyd med det han “sier”. I motsetning til det første visuelle uttrykket figur 28, viser ikke figur 29, noe annet enn en hånd og et rødt skilt, for å forstå bildet litt bedre vil jeg dra frem litt om kunstnerens bakgrunn. Barbara Kruger ble født i 1945, og etter flere år med utdanning, blant annet innenfor “Visual Arts” fikk hun en jobb ved “Condé Nast Publications”, der jobbet hun for “Mademoiselle Magazine” og Kruger jobbet seg raskt opp til å bli hoveddesigner (Biography, 2020, avsn. 1). Etter hvert som hun fikk sin egen stil, ble hun kjent for fotografiene med aggressiv tekst, som involverte betrakteren i kampen om makt og kontroll som bildetekstene hennes snakker om. Det visuelle uttrykket jeg har tatt for meg her “I shop therefore I am” er en av hennes mest kjente verk. Mange av hennes tekster stiller spørsmål til betrakteren om feminisme, klassisme, konsumerisme, individuell autonomi og ønsker (Biography, 2020, avsn. 1). Som nevnt er bildet av “I shop therefore I am” en reaksjon til hvordan Kruger mente at kulturen var blitt mer materialistisk. Ifølge Beth Sorensen kan det røde rektangelet i bildet tolkes som en abstrakt versjon av et kredittkort, som videre symboliserer det å handle og forbruke (Sorensen, u.å., s. 8). Måten rektangelet holdes, forsterker tolkningen Sorensen kommer med, på at det er et kredittkort. Ved å dra inn tekstens betydning, “I shop therefore I am”, blir tolkningen av rektangelet enda mer forsterket. På samme måte som teksten i bildet av Descartes snakker til betrakteren, så gjør også Krugers bilde det. Descartes tekst sier, “hvis han som person tenker, eksisterer han”, mens Kruger’s bilde sier, “ved å handle masse ting, eksisterer han/hun”. Kruger’s visuelle

uttrykk kritiserer hvordan samfunnet skaper en illusjon om at en hele tiden må kjøpe nye ting, for å ha en verdi.

Baxandall:**Intensjonen til bildet**

Oppgaven til bildet av Descartes og hans sitat kan være å spre den filosofiske setningen hans videre blant folk, mens den samtidig informerer betraktere om hvem som har laget akkurat dette sitatet. Setningen “I think; therefore I am.” gir ut et budskap som får folk til å stoppe opp og tenke seg litt om, den handler om filosofien rundt menneskets eksistens. Det andre bildet “I shop therefore I am” ble laget som en form for protest, for å bevisstgjøre et samfunnsproblem, og er like aktuell i dagens samfunn, som for 30 år siden.

Oppdraget til bildet

Som nevnt under analysen til Panofsky av bildet “I think”, er selve stilarten til hvordan Descartes er malt, tatt fra barokken, og bildet er en kopi av originalen. Det visuelle uttrykket her er det foretatt noen endringer på, personen som har laget akkurat dette bildet, har lagt til en større flate til høyre, for å ha plass til sitatet til Descartes. Akkurat denne fremstillingen av Descartes og hans sitat ble opplastet til Facebook i 2018, men som beskrevet tidligere i oppgaven finnes det også andre iterasjoner med denne typen fremstilling av sitater fra kjente folk og maleri, og det er blitt en måte for å få frem og dele kjente sitater. Kruger’s bilde er derimot inspirert av reklame i samfunnet, og henvender derfor til betrakteren på samme måte som en reklame ville gjort. Det visuelle uttrykket som Kruger skapte er veldig iøynefallende, og spiller på stilen til reklame fra den perioden bildet ble laget.

Hvem ble bildet laget for?

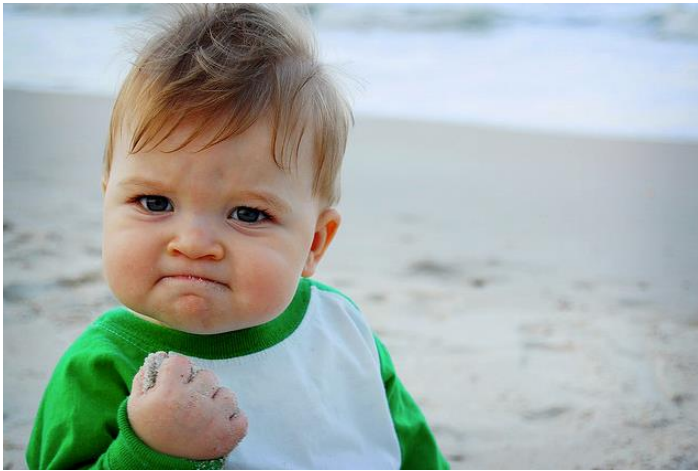
Begge bildene ble laget for kunstneren, men de ble også laget for å bli delt med andre. Personen som laget bildet av Descartes og sitatet er ukjent, mens Kruger har laget “I shop therefore I am”. Jeg tolket det slik at personen som eier Facebook gruppen der jeg fant Descartes og sitatet sammen, er den som har laget akkurat den iterasjonen, men samtidig kan jeg ikke si det for sikkert, og velger derfor å si at kunstneren er ukjent. Kruger sin intensjon med “I shop therefore I am” var å fremvise en kommentar og et “statement” til omverdenen, for å fremvise en kommentar og et statement sin reaksjon til den retningen kulturen og samfunnet beveger seg i.

6.2 Analyse av Memes

Etter å ha undersøkt og analysert analysen av de utvalgte kulturjammer, begynte jeg deretter med memes, den første memen jeg valgte ut var “Success Kid”. Først spilte jeg memen opp mot fenomenologien, før jeg tok i bruk teorier fra visuell kultur som videre analyseform.

6.2.1 Success Kid

Den første memen jeg valgte å ta for meg, er et bilde av en liten baby som ser inn i kameraet. I dag er bildet kjent på internett som “success kid” eller “I hate sandcastles”. Personen på figur 30, heter egentlig Sammy, og bildet ble først publisert av hans mor på hennes personlige Flickr konto, figur 30 (success kid I hate sandcastles, 2020, avsn. 2). Under ser vi det originale bildet, og memes laget av bildet, figur 31 og 32.



Figur 30 “Sammy”, knowyourmeme nettside, skjermdump 2020



Figur 31 “Late to work”, knowyourmeme nettside, skjermdump 2020



Figur 32 "I hate sandcastles", knowyourmeme nettside, skjermdump 2020

I figur 30, av Sammy, så jeg en baby som ser litt misfornøyd ut, basert på ansiktsuttrykket. Fotografiet av babyen, minner om et bilde som er tatt på ferie. Bildet kan også ansees å være et portrettfotografi av babyen, for å huske en hendelse. Uansett type fotografi, ligner det mest på et bilde en ville ha delt med familie og venner. Det neste bildet er derimot helt forskjellig med unntak av hovedmotivet som er av Sammy, i figur 31, ser jeg teksten "Late to Work" og "Boss was even later", som betyr at babyen i bildet er stolt over å komme på jobb før sjefen. I iterasjonen figur 32, "I hate sandcastles", tenkte jeg mye av det samme som i det første bildet, figur 30, men det blir mer en spøk, på grunn av teksten som er lagt til, "I hate sandcastles". I motsetning til figur 30, tenkte jeg at babyen i dette bildet var fornøyd over og fått bort sandslottet. Ungen i bakgrunnen ser derimot overrasket eller trist ut over hendelsen.

Panofsky:

Den primære betydning

Det første en legger merke til i alle tre bildene, er at Sammy er hovedmotivet, han er en liten baby som ser inn i kameraet "Sammy". Gutten har på seg en grønn og hvit genser, og holder en knyttet neve med sand. I figur 30, som jeg har kalt "Sammy" er Sammy på en sandstrand, og en kan se et hav eller vann fra en innsjø i bakgrunnen. I figur 31, som jeg har gitt navnet "Late to work" er bakgrunnen til "Sammy" borte og blitt erstattet med linjer i ulike lillatoner, men hovedmotivet av Sammy er fortsatt det samme. Men i motsetning til original bildet, har bildet nå også tekst på seg, "Late to work" og "boss was even later". Det siste bildet av Sammy figur 32, er forgrunnen lik det første, men med tekst som sier "I hate sandcastles". I tillegg har de satt inn en baby som står i bakgrunnen, sanden på bildet har blitt endret på, og en kan se noe som kan minne om et knust sandslott. I det originale bildet "Sammy" og i "I

hate Sandcastles” er bildeutsnittet i bildeformatet “halvnært”, som betyr at personen i bildet bare vises fra brystkasse og opp (Leirpoll, 2008, s. 42).

Den sekundære betydning

Det originale bildet av Sammy ble lagt ut på Flickr, og Getty Images i 2007, men ble først kjent som en meme omkring 2011. På den tiden ble det brukt i meme-formatet “advice animal” som vanligvis er en bilde-makro med tekst som beskriver “at en situasjon gikk bedre enn forventet” (advice animals, 2020). Som nevnt i den primære analysen av bildet, ser Sammy direkte inn i kameraet, videre kan en se at uttrykket hans er veldig bestemt og fokusert. Det kan delvis argumenteres med at han er fornøyd for hva han har klart. Min argumentasjon på hvorfor han er fornøyd eller stolt, er blikket han gir. I figur 31, bruker de et utklipp av Sammy, i sammenheng med tekst, som tilsier at han er fornøyd, med det han har klart å få til. I det figur 32, har de derimot redigert originalbildet ved å legge til elementer på selve bildet. Det er lagt til noe som ser ut som et knust sandslott, i tillegg til et overrasket/fortvilt barn i bakgrunnen. Sammen med teksten “I hate sandcastles” har Sammy et bestemt uttrykk i ansiktet, og hånden full av sand, en indikasjon på at det var han som ødela sandslottet i bakgrunnen.

Indre betydning

I den sekundære betydningen av bildet var jeg inne på at Sammy både kan virke bestemt og fokusert på bildene. Memen blir som forklart på “Know Your Meme”, med at den brukes enten for å vise suksess eller frustrasjon (Success Kid, 2020, avsn 1). Figur 31, er brukt for å vise suksess, mens figur 32, viser frustrasjon. Denne tolkningen gjorde jeg, ved å se på blant annet tekstene til bildene. Figur 31, “Late to work” har teksten “Late to Work” - “Boss was even later”, jeg tolker at “Sammy” i dette bildet, er fornøyd at sjefen ikke merket at han var for sein til jobb. Den knyttede neven og ansiktsuttrykket betyr noe tilnærmet: “Yess, sjefen fant det ikke ut”. figur 32, “I hate sandcastles”, er derimot brukt for å vise frustrasjon, i dette bildet liker ikke “Sammy” sandslott, og en kan tenke seg til at han ødela sandslottet til personen bak. Denne tolkningen baserte jeg på ansiktsuttrykket og posituren til barnet i bakgrunnen, der uttrykket til barnet tilsier “hvorfor ødela du sandslottet mitt?” med tanke på at han ser mot Sammy som er i forgrunnen av bildet. Teksten “I hate sandcastles” understreker og forklarer også dette scenarioet. Det at Sammy holder sand i hånden sin, kan også sees på som et bevis på at det var han, som i frustrasjon ødela sandslottet. Både figur 31, og 32, bruker tekst for å fremheve hva ansiktsuttrykket til Sammy skal bety, og ut fra de

forskjellige tekstene som blir lagt på, kan bildet få forskjellige betydninger, noe som kjennetegner disse type memes, altså “advice animal” stilen.

Baxandall:

Intensjonen til bildet

Det originale bildet figur 30 ble postet på internett av moren til Sammy, og kan sies å være et blinkskudd hun tok av sin sønn. Det kan være vanskelig å ta bilder av små barn, de er aktive og sjeldent i ro, fotografiet var derfor et blinkskudd for å få fotografert akkurat den poseringen. Fotografiets oppgave kan sies å være et blinkskudd, som foreviger minnet om at de som familie har besøkt den stranden. Derimot er figur 31, og 32, nye iterasjoner av det originale bildet. “Late to work” blir brukt for å vise at en klarte noe en ikke hadde trodd, og dermed viser suksess. Mens “I hate sandcastles” er brukt for å vise frustrasjon overfor et emne, i dette tilfelle et sandslott.

Oppdraget til bildet

“Sammy” har som oppdrag å vise, en mor som er fornøyd med bildet hun tok av sin sønn, bildet kan til dels tolkes som humoristisk, en kan se glimt av små sandkorn ved munnen til Sammy, i tillegg holder han masse sand i den knyttede neven sin. Det kan nesten se ut til at han har prøvd å spise sanden. Oppdraget til memes generelt, er at folk skal kunne relatere til dem, eller at de skal være humoristiske. “Late to work” fungerer som en meme der folk med jobb eller skole kan relatere seg til den. Utseendemessig er denne formen for memes lett gjenkjennelig for folk som aktivt bruker memes, både “late to work” og “I hate sandcastles” kan bli sett på som en form for “advice animals” meme. Med det i bakhodet, kan en si, at oppdraget til disse to memes, er å ha et utseende som er gjenkjennelig nok til at det skaper relasjoner blant folk, for å kunne spres videre.

Hvem er bildet laget for?

Det originale bildet av “Sammy”, er tatt for familien til Sammy, for å bevare et minne. De andre bildenes opphav er ukjent, derfor kan en ikke si hvem de er laget for, men memes er vanligvis laget for å bli spredd videre blant alle på internett. En kan derfor tolke, at begge er laget for andre enn kunstneren selv. Vedkommende som har laget bildet “late to work”, kan ha opplevd samme scenario selv, og ha brukt dette som inspirasjon til å lage memen. Det siste bildet figur 32, “I hate sandcastles” har mye til felles med figur 31, “late to work”, men

her er fokuset mer på den humoristiske siden av memes. De to siste bildene kan derfor anses å være laget for eksternt bruk, og ikke for bestilling.

6.2.2 Kappa

Den andre memen jeg har sett nærmere på er en form for emoji, den heter “Kappa”, figur 33. Memen sitt opphav er fra et fotografi av Josh DeSeno, figur 33, den er omgjort til gråtoner og hodet hans er klippet ut (kappa, 2019, avsn. 2). Under har jeg lagt til de tre aktuelle visuelle uttrykkene av Kappa som jeg har sett nærmere på, den første er det originale bildet, mens figur 34 og 35, er foretatt endringer på. Til vanlig blir emojien brukt for å vise sarkasme via “live-streaming” plattformen Twitch, og til tider blir den også brukt som en form for spam via chatten (“Know Your Meme”). Emojien “Kappa” er blitt en av hovedsymbolene for emojis i Twitch, ifølge “Urban dictionary” representerer de “sarkasme, ironi, ordspill, spøker og “net troll” (R4D1AT10N, 2014). Ifølge Urban dictionary skal setninger som inneholder “Kappa” ikke bli tatt seriøst (R4D1AT10N, 2014).



Figur 33 “Josh”, knowyourmeme nettside, skjermdump 2020



Figur 34 “Kappa”, knowyourmeme nettside, skjermdump 2020



Figur 35 "KappaPride", knowyourmeme nettside, skjermdump, 2020

Det første bildet av Josh, ser som ser ut til å være et vanlig portrettfotografi, brukt i en jobbsøknad, på et ID-kort, eller som profilbilde på sosiale medier eller lignende.

Bildeutsnittet er et, som ofte brukes i slike sammenhenger, og skal fungere som en visuell representasjon av personen på bildet. I første meme-utgave av bildet, er hodet til personen klippet ut fra bakgrunnen, og minner mer om et bilde ikon av en karakter i et spill, en kan fortsatt se at det er et utsnitt av fra et fotografi. Den siste meme-utgaven av bildet er som den første meme-utgaven et bilde ikon som er lagt et regnbue-filter på. Bildet kan derfor assosierer med Pride, eller at noen har lekt med regnbuens farger.

Panofsky:

Den primære betydning

Det originale fotografiet at Josh er et portrettbilde, med et bildeutsnitt som er en mellomting av nært til halv nært. Som nevnt tidligere er halv nært, et "bildeutsnitt der en får med toppen av hodet og ned til brystet", nært, er "bare hodet. Nå begynner vi å kappe toppen av hodet" (Leirpoll, 2008, s. 42) I bakgrunnen av det originale bildet av Josh kan en se antydning til en bygning og noe natur helt til venstre, men alt sammen er veldig utydelig, og en kan derfor se at hovedmotivet i fotografiet er Josh. Både "Kappa" og "KappaPride" er begge utsnitt av hodet til Josh, der både hals, skuldre og bakgrunnen er klippet bort. "Kappa" er endret til monokrom, eller gråtoner, mens "KappaPride" er endret til regnbue farger.

Den sekundære betydning

Det originale bildet av Josh er fra 2011, og etter at det ble gjort om til en emoji, har det siden hatt en gradvis økning i popularitet, i 2014 hadde den blitt brukt som en emoji 900.000 ganger per dag, med en økning opp til 1 million i juni 2015 (Kappa, 2019, avsn, 3).

Hovedmotivene er det samme i alle tre bildene, der ansiktet er fokuset. I motivet ser vi Josh som har et litt lurt smil, der han ser rett inn i kameraet. Det andre jeg la merke til i disse tre bildene, er forskjellen på fargene, og som nevnte tidligere er “Kappa” i gråtoner, mens “KappaPride” er i regnbuefarger. En kan fortsatt se at begge emojis er fra det originale motivet, altså Josh. Emojien av Josh, “Kappa” ble laget i de tidlige dagene av Justin.TV, som var et selskap som hadde samme eiere som Twitch. Justin.TV ble i senere tid nedlagt til fordel for Twitch, da morselskapet fant ut at de ville fokusere på Twitch (Rose, 2014, avsn. 2). “Kappa” var en av de første emojis som ble lagt til på “streaming” plattformen Twitch, dette kan ha vært en av grunnene til at den ble en slik suksess. Det har siden den gang blitt laget utallige variasjoner av emojien “Kappa”, deriblant “KappaPride”. Ifølge en studie gjort av “FiveThirtyEight” i oktober 2015, var “KappaPride” den nest mest brukte emojien på Twitch, rett bak den originale versjonen “Kappa” (Kappa, 2019, avsn. 5).

Indre betydning

Emojien “Kappa” er bare en av flere emojis, som er basert på personer som jobbet på Justin.TV, ifølge Goldenberg er originalbilde av Josh et bilde som ble brukt til ID-kort og ansattbevis, og det var han selv som valgte å gjøre det om til en emoji, og legge det inn som et “easter egg” for å bruke i “chat” på Justin.TV (Goldenberg, 2015, avsn. 4). Navnet “Kappa” på emojien kom fra at Josh var “fan” av Japansk popkultur og mytologi, der han var spesielt interessert i overnaturlige vesener, deriblant det som på japansk kalles “Kappa” (Goldenberg, 2015, avsn. 5). “Kappa” er følge Goldenberg, en sterk skapning som minner litt om en skilpadde og er kjent for å lure folk, og med bildet av seg selv, følte Josh at “Kappa” passet som navn til emojien han lagde (Goldenberg, 2015, avsn. 5). Med dette i bakhodet vet vi at Josh selv syntes at han hadde et lurt smil på bildet, og en kan si at navnet derfor passet godt til emojien. Hvis en med det går over til det siste bildet, “KappaPride”, kan en se litt nærmere på hva “Pride” delen av navnet kommer fra. I dagens samfunn forbindes regnbuefargene ofte sammen med “Regnbueflagget” som er symbolet for “LGBT” og “Pride”. Og som beskrevet tidligere i oppgaven er regnbuefargene over hovedmotiv et som er av ansiktet til Josh. Det vi vet om “Kappa” er at det ofte brukes sammen med ironi, spøker eller lignende, noe som kan antyde at “KappaPride” brukes for å spøke, bekrefte, eller spørre om noens seksuelle orientering. Ifølge nettstedet “Know Your Meme” brukes “KappaPride” for å bekrefte eller for å forhøre seg om noens seksuelle orientering (Kappa, 2019, avsn. 5).

Baxandall:

Intensjonen til bildet

Oppgaven til det originale bildet “Josh” var, å være et portrettbilde til et ID-kort/ansattbevis, i senere tid lagde han emojien “Kappa” av bildet. Emojien “Kappa” sin oppgave var ment å være et easter egg i chatten til Justin.TV som folk kunne ta i bruk. Oppgaven til emojien “KappaPride” kan ha vært flere ting, den kan ha blitt laget for å vise støtte, eller for å tulle med Pride-samfunnet inne på plattformen.

Oppdraget til bildet

Oppdraget til figur 33, “Josh” var å være en visuell representasjon av personen “Josh DeSeno” på hans ID-kort/ansattbevis (Kappa, 2019, avsn. 2). Ifølge Goldenberg laget Josh emojien “Kappa”, da hans arbeidskollegaer hadde brukt bilder av seg selv, for å lage emojies til å bruke som “easter eggs” i chatten hos Justin.TV (2015, avsn. 4). Josh fant derfor et bilde av seg selv, redigerte bort bakgrunnen, slik at bare hodet var igjen, for så å legge på et svart/hvitt filter. Emojien “KappaPride” er “Kappa” som ble omgjort for enten å vise støtte til temaet eller for å spøke med folks seksuelle legning.

Hvem er bildet laget for?

Bildet til Josh ble brukt som hans ID-kort/ansattbevis, og er et fotografi som ble tatt for å være en visuell representasjon av Josh, til bruk i jobbsammenheng. Fotografiet kan ha blitt tatt tilfeldig, eller direkte til bruk for i jobbsammenheng. “Kappa” er laget for at folk i “chat” på “Justin.TV” skulle ha noe å bruke som emoji i “chat”. Det Josh valgte “Kappa” som navn til emojien, for å understreke det lure smilet han hadde på bildet. Formålet med emojien “Kappa” var å være et “easter egg”, men etter at mange personer tok den i bruk, endret formålet seg. I dag er det blitt et symbol som representerer både Twitch som “streaming” plattform, og som “sarkasme og ironi”. Det siste bildet med “KappaPride” har ulike formål i forskjellige miljøer, fenomenet kan brukes for å tulle med, eller for å seriøst snakke om noens legning. Ifølge nettstedet “Know Your Meme”, brukes “KappaPride” for å forhøre seg om noens seksuelle legning (Kappa, 2019, avsn. 5). Men fra betydningen i memen “Kappa” tolket jeg, at det var mer rett å si at “KappaPride” blir brukt for å tulle med legningen til folk.

6.2.3 Obama Hope

Den siste memen jeg tok for meg, er som nevnt også aktuell for kulturjamming. Hvis en søker inne på nettsiden “Know Your Meme” på “Obama Hope Posters”, finner en denne memen. Det originale bildet er en plakat som avbilder Obama, selve plakaten er laget av Shepard Fairey som brukte et fotografi av Obama som utgangspunkt til denne plakaten. En av grunnene til at dette også kategoriseres som en meme, er på grunn av alle de forskjellige iterasjonene som er blitt laget. Etter hvert ble det laget egne nettsider, som omgjorde bilder til “Obama Hope”-stilen, i tillegg kunne en legge på egen tekst.



Figur 36 “HOPE”, knowyourmeme nettside, skjermdump 2020



Figur 37 “POPE”, laughingsquid nettside, skjermdump 2020



Figur 38 “BOMBAD”, flickr nettside, skjermdump, 2020

“Obama Hope” plakaten er et visuelt uttrykk, jeg hadde sett før jeg begynte på denne masteroppgaven, figur 36. Hvis jeg prøvde å legge til side alt jeg visste om den, var det første jeg tenkte at det er dette var et grafisk design, basert på et fotografi. Formålet med det visuelle uttrykket, ville jeg ha knyttet mot Obama. I den første memen, figur 37, som er basert på Obama’s plakat, kjente jeg igjen paven, på grunn av klærne han har på seg. Jeg tenkte også at dette visuelle uttrykket, var basert på et fotografi. Fargevalget på hatten og kragen, er passende til illustrasjonen av paven. I den siste memen, figur 38, kjente jeg igjen karakteren Jar Jar Binks fra Star Wars universet, sett bort ifra det, minner han om en karakter fra et dataspill, eller en film. Det helhetlige visuelle uttrykket, minnet om en tegneseriefigur, eller en karakter på et kortspill, eksempelvis Pokémon eller lignende.

Panofsky:

Den primære betydning

I den originale plakaten av Obama, “HOPE”, ser vi et forenklet bildet av han, forenklet i rødt, gul-hvit og noen blåtoner, helt nederst står det skrevet “hope” i stor skrift. “POPE” er også et bilde som er forenklet, denne gangen er det et bilde av paven som er biskop av Roma. Både “POPE” og ”BOMBAD”, har de brukt mye av de samme fargene som ble brukt i den originale plakaten, men i plakaten av paven er det litt flere farger, blant annet kritthvit og beige. I memen av paven kan vi se røde kors på kragen, disse kommer godt frem på den hvite kragen. I det visuelle uttrykket “bombad” har vi Jar Jar Binks som hovedmotiv, han er en “gungan” fra Star Wars universet, i bakgrunnen her er fargene i motsatt vei som i de to første bildene. Teksten er endret i begge memes til “POPE” og “BOMBAD”.

Den sekundære betydning

I det visuelle uttrykket av Obama, ser han tankefullt ut i luften, og det kan virke som han er fylt med håp. Teksten “hope” gjør at de første tankene angående Obama’s blikk forsterkes. Bildet er laget i 2007/2008 og det var i den perioden Obama stilte som presidentkandidat for USA. Plakaten ble laget av Shepard Fairey, som hadde fått i oppdrag av sin sjef å lage et bilde for å støtte Obama i hans kampanje (Obama “Hope” Posters, 2015, avsn. 1). Når plakaten ble laget hadde Fairey først brukt ordet “progress” i stedet for “hope”, sammen med en liten logo med “OBEY”, som var en del av en kampanje, som Shepard Fairey hadde (Obama “Hope” Posters, 2015, avsn. 1). Dette ble senere endret, til teksten “Hope” og uten den lille logoen. Teksten kan da anses som, at Obama var sett på som et håp for Amerika, men også, for at han ville gi folk håp. Uansett betydning, var det Obama’s kampanje som ønsket “HOPE” skrevet under plakaten (Obama “Hope” Posters, 2015, avsn. 3). Etter at det ble laget sider som gjorde det enklere å lage ulike versjoner av posteren, ble det laget utallige versjoner, og da med alt fra karakterer fra spill og film, til ekte personer innenfor alt fra kjendiser, politikk og religion. “POPE” av paven er laget av et bilde der paven vinker til folk. Bildet er laget som en parodi av det originale bildet av Obama, og ble laget i forbindelse med pavens besøk i New York City omkring april i 2008 (Beale, 2008, avsn, 1). Personen som laget bildet, heter “Michael Ian Weinfield”, han lager bilder for magasinet “ANIMAL” (Beale, 2008, avsn, 2). “BOMBAD” er av en kjent Star Wars karakter, som går under navnet “Jar Jar Binks”, bildet ble postet på “flickr” av en som heter Scott Elfstrom, under bildet skriver han teksten “My contribution to the current political campaign” (Elfstrom, 2008, avsn, 1). I plakaten ser vi Jar Jar Binks “gi en tommel opp”, det ser ut som han smiler, selv om at tungen henger ut, på høyre side. Øynene til Jar Jar Binks ser sløve ut, noe som gir han et morsomt uttrykk, det kan se ut som om han er beruset på grunn av de sløve øynene og den slappe tungen.

Indre betydning

Som vi vet, er plakaten av Obama laget for å hjelpe til i hans politiske kampanje i USA i 2007/2008. Plakaten ble laget for å få folk til å stemme på Obama. Teksten til bildet betyr på norsk “håp”, den kan tolkes som at de som gjorde valget på hvordan plakaten skulle se ut, tenkte at Obama var et håp for det amerikanske folke. USA er kjent for å være patriotisk, ved å bruke de samme fargene som er i flagget på plakaten, får uttrykket en patriotisk utstråling, som retter seg mot folket. Fargene er ikke helt like i nyansene, men kan fortsatt minne om fargene som er brukt i nasjonalflagget. Ifølge Addie Howell, og hennes analyse av memen,

ble plakaten et symbol for Obama's kampanje, og verdiene "... hope, and change" var viktige punkter som ble trukket frem, noe som stemmer godt med det jeg også har vurdert (Howell, 2019, s. 6). I iterasjonen av paven har de lagt til flere farger, enn det som er i originalen, og som nevnt i den primære analysen er de røde korsene på pavens krage, veldig godt synlige mot den hvite kragen. Korset er et av hoved symbolene innenfor den kristne tro, og brukes som dekorasjon på klesplagg, figurer, smykker, våpenskjold og lignende. Teksten på plakaten av Obama fungerer som et virkemiddel, der den sier noe om hva han står for, og budskapet han ønsker å formidle til det amerikanske folk. Drar en denne tolkningen inn mot de andre visuelle uttrykkene, vil ordene ha en betydning for personen på bildet. Ifølge en ordbok på nett stammer ordet "pope" fra det latinske ordet "papa" som betyr "far" (What Does "Pope" Mean? Does A Pope Choose His Name? U.å. avsn. 2). Drar vi denne kunnskapen inn mot analysen av plakaten, kan en si at paven blir sett på som en farsfigur innenfor den kristne tro, i tillegg er han lederen innenfor den katolske kirke. I memen av Jar Jar Binks har de tatt i bruk de samme fargene som i originalen, med unntak av noen nyansendringer. Som på bildet av paven, er også motivet og teksten endret for å forandre på uttrykket. Jar Jar Binks er en fiksjonell karakter fra Star Wars universet, og rasen til denne karakteren heter "gungan". Ifølge en "fan-side" som er laget for Star Wars universet, er ordet "bombad" blant annet brukt fremfor tittelen "general" innenfor armeen til gungan's (Bombad General, u.å. Avsn. 1). Den militære ranken "bombad general" er en veldig høy rang som bare noen få folk får, deriblant Jar Jar Binks (Bombad General, u.å. Avsn. 1). Ved å bruke teksten "bombad" under det visuelle uttrykket av Jar Jar Binks, kan det tolkes at han er en person rasen gungan ser opp til. Ifølge personer jeg kjenner, er Jar Jar Binks kjent for å være ganske irriterende på grunn av hans veldig naive og klumsete personlighet, noe som står i kontrast med hva en forventer av en general.

Baxandall:

Intensjonen til bildet

Som jeg var inne på under analysemetoden til Panofsky hadde Shepard Fairey som oppdrag fra sin sjef å lage en plakat for å støtte Obama og hans kampanje. I utgangspunktet trodde ikke Fairey at plakaten kom til å bli en slik suksess, men som vi vet i etterkant ble plakaten en stor hit blant det amerikanske folk. Med utgangspunkt i et fotografi av Obama, ble plakaten "Obama" med skriften "progress" laget. Som et ledd i Obama's valg kampanje, ønsket han en plakat med teksten "hope". Bildet av "Pope" ble laget som en parodi med utgangspunkt i Obama plakaten, i forbindelse med pavens besøk i New York City i 2008.

Det visuelle uttrykket med “bombad” av “Jar Jar Binks”, ble laget av en som hadde et ønske om å gi sitt bidrag til den politiske kampanjen i form av en meme.

Oppdraget til bildet

I plakaten av “Obama” valgte Fairey å gå for et visuelt design, der han forenklet et fotografi av Obama med hjelp av grafisk design. Et slikt dekorativt todimensjonalt uttrykk kan fremstilles enkelt i ulike digitale bildebehandlingsprogrammer. Fargene han valgte, er patriotiske for Amerikanerne, og passer godt, med tanke på at Obama stilte til valg. Memes basert på “HOPE” har samme stilart, bruker samme type font på skriften, og tar utgangspunkt i de samme fargene som den originale plakaten. Plakaten av “pope” og “bombad” har som nevnt, samme type font, men i litt ulik skriftstørrelse da lengden på ordene er forskjellig. Ulikt fra den originale plakaten, har den av paven flere graderinger på fargene, noe som gir den et mindre forenklet uttrykk. Plakaten av Jar Jar Binks bruker mer gul-hvit og rødt, enn de to andre visuelle uttrykkene. I tillegg er også bakgrunnen med rødt og blått motsatt på plakaten med Jar Jar Binks. I plakaten “bombad” er Jar Jar Binks en fiksjonell karakter, noe som står i kontrast med de andre to visuelle uttrykkene.

Hvem er bildet laget for?

Plakaten “Obama Hope”, ble laget for å støtte Obama i hans valgkampanje, og for å få inn stemmer. Kunstneren Fairey lagde bildet på bestilling fra en ekstern kjøper. Plakaten av paven er som nevnt, laget i forbindelse med pavens besøk i New York City, og ble bestilt av magasinet “ANIMAL”, der de ønsket at Michael Ian Weinfeld skulle lage plakaten som en parodi (Pope, 2010). Elfstrom laget bildet av “Jar Jar Binks” som et bidrag til den politiske kampanjen i Amerika i 2008 (Bombad, 2008). Bildet av “Jar Jar Binks” er en parodi og en meme, og kan derfor ikke bli tatt som et seriøst forslag til å “bli president”, da en fiksjonell karakter aldri kunne stilt som kandidat i en politisk kampanje. Jeg tolker at Scott Elfstrom på eget initiativ laget plakaten av Jar Jar Binks med hensikt om å dele den på nett som en meme blant sitt nettverk.

6.3 Oppsummering av analyse

I dette kapittelet har jeg foretatt en analyse av de utvalgte bildene, jeg har brukt Baxandall og Panofsky’s modell, for å se på hvilke verktøy og virkemidler som ble tatt i bruk i fenomenene memes og kulturjamming.

Kulturjamming

Den første kulturjammen jeg valgte å ta for meg er en iterasjon av Joe Camel. Jeg fant ut at personen som hadde laget jammen, kalt “Joe Chemo” brukte kontraster både i bruken av farger, fargesymbolikk, bakgrunn, klær, og helhetlig betydning og stemning i bildet. Det ene originale bildet, figur 2 fremstiller en “sporty” kamel, mens kulturjammen figur 3 viser en kreftsyk kamel. Livsgnisten i ansiktsuttrykkene er veldig forskjellige, og temaene blir derfor også helt ulike. Denne kulturjammen tok for seg temaer i tidsepoken der den var aktuell. De visuelle uttrykkene her, hadde også ulike hensikter med bildets oppgave, der det av “Joe Camel” ville øke salget av tobakk, mens “Joe Chemo” hadde som hensikt å få det redusert. Bildet av “Joe Chemo” kan også tolkes som propaganda for selskapet bak “Joe Camel” sitt røyk-merke “Camel Filters”.

I motsetning til den første kulturjammen jeg tok for meg, hadde den neste, ikke noe bilde som den ble sammenlignet med, men i stedet benyttet jeg meg av det visuelle uttrykket mot tekstens inspirasjon kilde. Her tok jeg for meg et visuelt uttrykk, av den kjente kunstneren Banksy, som ble laget og sprayet på en murvegg i Boston, “Follow your dreams (Cancelled)”. Jeg valgte å fokusere på forhistorien til sitatet i det aktuelle bildet, for å få frem inspirasjonen og budskapet til det visuelle uttrykket. Videre så jeg også på virkemidlene som ble brukt, deriblant bruken av klær på motivet, kontrast i fargevalget, og måten bildet fremsto på. Jeg fant ut at det røde i bildet kommer frem veldig klart opp mot det hvite og svarte. Også i denne kulturjammen var kontrast, fargebruk og fargesymbolikk viktig. Bildet dro frem tanker om hvordan søknader er kjent for å få et grønt stempel med “approved” hvis den er godkjent, og et rødt med “declined/denied” hvis det ikke er godkjent. Dette fikk meg til å tenke på at “stempelmerket” med “cancelled” kan bety flere ting. Punktene jeg dro frem var at drømmene til personen i bildet, ikke kom til å bli realisert, og da på grunn av eksterne faktorer. I den ene tolkningen var det han selv som kom til den konklusjonen, og i den andre tolkningen, var det “noen andre” som sa at drømmen ikke kunne realiseres. Uansett grunn, var drømmene kansellerte, og virkemidlene de tok i bruk var, sterke ord, fargebruken, sammen med helheten av mannens uttrykk og holdning. Denne kulturjammen ble også laget som en protest mot sosiale og kapitalistiske tendenser i samfunnet.

Den siste kulturjammen bruker også to ulike bilder for å sammenligne virkemidler som er tatt i bruk av jammeren. Det ene bildet har en ukjent kunstner, mens det andre er laget av

Barbara Kruger, som er veldig anerkjent. Det aktuelle bildet som ansees som en kulturjam er kunstbildet “I shop therefore I am” som Kruger lagde. Noe av det som utmerker seg veldig ut, er likheten i sitatene som er brukt på de to aktuelle visuelle uttrykkene, “I think; therefore I am” opp mot “I shop therefore I am”. Barbara Kruger har som de tidligere jammerne også brukt sterke farger og fargesymbolikk i sin kulturjam, for å forsterke budskapet som hun vil at betrakteren skal oppleve. Original bildet “I think” tar blant annet i bruk ansiktsuttrykk for å få frem, og forsterke sitt budskap. Bildet til Barbara Kruger bruker også symbolikk, i form av at det røde rektangelet kan sees på som et simplifisert kredittkort, som igjen fremhever budskapet om kritikk rettet mot hvordan samfunnet er blitt mer materialistisk.

Avslutningsvis har jammerne som fellestrekk å ville dele budskap med omverden, og da ofte i form av kritikk.

Memes

I analysene av memes tok jeg først for meg Panofskys modell, før jeg benyttet meg av Baxandall sin modell. For å starte neste del av analysen tok jeg først for meg memen med “success kid” som er basert på et fotografi av en liten baby som heter Sammy. Memen med “success kid” finnes i mange forskjellige iterasjoner, der Sammy i noen av dem er klippet ut fra den originale bakgrunnen, mens i andre har de lagt til flere elementer i det originale bildet. På samme måte som enkelte kulturjammer, bruker denne memen tekst som virkemiddel for å få frem sin betydning. På det originale bildet tolket jeg det slik at Sammy egentlig bare leker og har det gøy i sanden, og at fotografiet av han, er et blinkskudd tatt av hans mor. Derimot får bildet og ansiktsuttrykket til Sammy en helt annen betydning når en legger til tekst, der teksten i figur 31 “late to work” får Sammy til å virke stolt over at han klarte å komme før sjefen, selv om at han selv var sen. I figur 32 “I hate sandcastles” fungerer både tekst og bakgrunn som virkemiddel for å få frem bildets betydning, I dette bildet er det en utydelig versjon av et barn i bakgrunnen som stirrer på Sammy som er i forgrunnen, ungen bak kan virke misfornøyd eller sjokkert der han står og gaper mot Sammy. Teksten hjelper i dette tilfelle å forklare hva som kan ha skjedd, der den indikerer at Sammy hater sandlott. Jeg tolket det slik at Sammy mislikte sandlott så mye, at han ødela sandlottet når han fikk øye på det. Denne memen tar i bruk endring av tekst og bilde på samme måte som kulturjammer. Denne memen brukes til å lage iterasjoner på hendelser som folk kan relatere til, ofte ved bruk av humor og satire.

Den neste memen jeg gikk inn på er en helt annen type, ofte brukes den bare som noen piksler stort, med andre ord som en emoji i “chat”. “Kappa” er en meme som ble laget av personen som er på bildet, “Josh DeSeno”. I motsetning til den første memen jeg tok for meg, bruker denne ikke noe tekst, annet enn for å skrive/ta i bruk emojien i “chat”. “Kappa” er i chat ofte brukt for å representere “sarkasme, ironi, ordspill, spøker og “netttroll”, og navnet “Kappa” stammer fra japansk popkultur og mytologi, der skapningen “Kappa” er kjent for å lure folk. Ut ifra det, så passer navnet “Kappa” veldig godt til emojien.

Originalbildet av “Josh” var i vanlige farger da det ble brukt som ID-kort/ansattbevis i jobbsammenheng, så fotografiet sin hensikt var å være en visuell representasjon av “Josh” på hans ID-kort/ansattbevis. Derimot ble den første emojien av “Kappa” laget fordi hans kollegaer lagde emojis av seg selv, her valgte Josh å bruke sitt ID-kort/ansattbevis som utgangspunkt. Josh syntes at han så lur ut på bildet sitt, og valgte derfor å ta inspirasjon fra navnet til et japansk vesen, “kappa”. En “kappa” blir sett på som et vesen som er kjent for å lure folk, og passet derfor godt med bildevalget til Josh. Det jeg kom frem til med den andre versjonen av “Kappa” med regnbuefargene over seg, var at “KappaPride” brukes for å blant annet spøke om noens seksuelle orientering. Men ifølge “Know Your Meme” brukes også “KappaPride” for å bekrefte eller for å forhøre seg om noens legning. I den siste memen hadde ikke skaperen noen form for intensjon om at bildet skulle bli en meme. Han hadde heller ikke drømt at det kom til å bli en slik suksess. “Obama Hope” var originalt laget for å vise støtte til Obama’s kampanje, men ble etter hvert så kjent at valgkampanjen til Obama kom med bestilling. Ønsket var en plakart som sto “hope” på i stedet for den originale teksten som Shepard Fairey hadde brukt. I originalen brukte de patriotiske farger som var relevant for Amerika, rød, hvit og blått. I begge memes av “Obama Hope” som jeg har analysert, har de samme uttrykk som i originalen, men de har endringer i både hovedmotiv og fargenyanser. Motivene viser alle en rollefigur som kan bli sett på som et forbilde, på grunn av enten hva personen står for, eller noe han har gjort. Teksten under bildene forklarer hva personen egentlig gir eller er. Der figur 36 av Obama kan bety at han er håpet for USA, og er et forbilde, mens figur 37, betyr “pope” far, noe som kan bety at paven er som en far for alle. I det siste bildet av “Jar Jar Binks” fremstår han derimot som en general for hans folk, så igjen noen som en ser opp til. I denne memen brukte en, teksten og motivet som virkemidler til å forklare hva memen egentlig betyr, og sammensetningen av farger og oppsett hjelper til, med å vise hvilken meme det stammer fra. I likhet med kulturjammer, bruker memes, farger og tekst som viktige virkemidler for å få frem sine betydninger, sammen med popkultur og kommentarer på aktuelle tendenser i dagens samfunn.

7. Diskusjon og konklusjon

Etter å ha tatt for meg problemstillingene i mitt innledningskapittel, kommer jeg med en konklusjon, basert på samlingen av data fra fenomenene og analysen av de funnene jeg har gjort på de visuelle uttrykkene. Konklusjon kapittelet er delt inn i fire delkapitler, først redegjør jeg for ulike funn, før jeg diskuterer de aktuelle funnene, og til slutt kommer med en konklusjon, og noen tanker for videre forskning.

7.1 Redegjørelse for funn

I denne avhandlingen begynte jeg innledningsvis med å trekke “røde tråder” mellom fenomenene memes og kulturjamming, basert på likheten til hvordan begge fenomenene blir delt med omverden av enkeltindivider som lager memes eller kulturjammer. Mitt mål med dette prosjektet var å få en dypere forståelse av fenomenene memes og kulturjamming, og for å prøve å knytte disse sammen, som også er en måte å formidle noe i digitale medier. Jeg ville finne ut om det finnes forbindelser som eksisterer mellom memes og kulturjamming, og undersøke og belyse virkemidlene og verktøyene de har brukt for å oppnå endring i billedmateriale. Ved å bruke kvalitativ metode, ønsket jeg å undersøke for å få kunnskaper om virkemidlene, og innholdet i de visuelle uttrykkene, der jeg har satt søkelys på hvordan virkemidlene til uttrykkene får dem til å fremstå. Jeg ønsket å sette søkelys på virkemidlene som ble brukt i de aktuelle visuelle uttrykkene, ble det enklere å finne ut hvilke fellesnevnerne fenomenene har. Ved å anvende fenomenologien hadde jeg et søkelys på å “klargjøre både det som fremtrer, og på hvilken måte det fremtrer”. I analysen av bildene hadde jeg fokus på å få frem hvordan memen eller kulturjammen kunne tolkes av en betrakter. For å tolke bildene brukte jeg først Panofsky og hans analysemodell, der han deler tolkningen inn i tre deler, “den primære, “den sekundære” og “den indre betydning”, hver del går dypere inn i bildet, før en til slutt får en rød tråd og oppsummering. Baxandalls analysemodell brukte jeg som andre del av analysen på hvert bilde, der det via hans modell ble satt søkelys på hvorfor bildet ble laget, hvorfor uttrykket hadde det utseende, og hvem bildet ble laget for. Ved å bruke begge modellene, har jeg funnet forbindelser og kartlagt, både likheter og ulikheter mellom fenomenene memes og kulturjamming. Det første fenomenet jeg gikk inn på var kulturjamming, og ved å undersøke og belyse forhistorien og forskjellige definisjoner av fenomenet klarte jeg å få en dypere forståelse for fenomenet. Deretter gikk jeg inn på memes og her undersøkte jeg forhistorien før jeg kategoriserte dem. Jeg la memes i to kategorier for

å skille mellom memes som er enkle å forstå for alle personer, og memes som eksisterer innenfor ulike internettsamfunn og er mer interne.

En av de store likhetene mellom memes og kulturjammer som jeg har funnet ut ifra det teoretiske perspektivet, er at enkeltpersonen i begge fenomenene tar ting i egne hender. Et sitat fra kulturjammingen som viser til dette, er fra Hoechsmann og Poyntz, de påstår at unge mennesker som er engasjert til å remikse forskjellige bilder, tegn og tekst fra forbrukerkulturen, ikke trenger å være bevisste kulturjammere (2012, s. 59). De forklarer videre at en ikke kan kalle alle unge folk for "kulturjammere", men at de er aktive brukere av media tekster og bruker kulturelle ting og referanser som en del av utviklingen til deres identiteter (Hoechsmann og Poyntz, 2012, s. 59). Samtidig henter de frem et sitat fra Willet, som kaller unge folk for "bricoleurs", som igjen er et kallenavn for kulturjammere (Willet, referert i Hoechsmann og Poyntz 2012, s. 59). Roger Chapman beskriver også at kulturjammere driver med det som heter "bricolage", der betydningen av ordet er "gjør-det-selv" og blir ofte omtalt som "DIY" (do it yourself). Som nevnt er kulturjammer laget og basert på samfunnsaktuelle temaer, det gjør at det de lager, ofte er lett forståelig for enkeltmennesket. Memes er noe som enkeltpersoner lager og deler med andre, videre kan det sies at en meme kan være alle former for overførbar informasjon via internett, de ble derfor kalt "farsotter som spres via internett". For at en meme skal kunne overleve er det viktig at den deles videre med andre, og derfor er delingskulturen via sosiale medier utrolig viktig for en memes eksistens. Hvis brukere ikke kan relatere til memen, stoppes delingen av memen, og den vil "dø ut". Memes kan til tider være småfrekke, støtende eller bare morsomme, men den sterkeste karakteristikken er at de spres raskt via ulike internettsamfunn. Innenfor de ulike internettsamfunnene har personer ofte like holdninger, noe som gjør at de kan relatere til samme typer memes, enten via eksempelvis kulturelle eller personlig identitet. Både memes og kulturjammer tar derfor inspirasjon fra samfunnet, enten i form av bilder, grafisktekst, eller hendelser for å skape en kulturjam eller en meme, de er derfor begge avhengige å gjennomgå en form for evolusjon fra den originale inspirasjonskilden. Dette var en av grunnene til at jeg valgte å dele memes inn i to kategorier. De kategoriene jeg valgte å dele dem opp i er: "generelle memes" og "fellesskap memes", der generelle memes er noe som enkeltindividene lettere kan forstå. Kategorien "Fellesskap memes" er derimot laget for å kategorisere memes som er interne blant et eller få internettsamfunn, og er derfor vanskeligere å forstå for alle. Et eksempel på en slik meme som jeg har nevnt er, figur 12, med "Hodor". Når begge fenomenenes kjennetegn var kartlagt begynte jeg å analysere de

utvalgte bildene fra hvert fenomen, det første bildet jeg tok for meg var fra kulturjammen, og var et bilde jeg nevnte tidligere i oppgaven, “Joe Camel”. Kulturjammen av Joe Camel ble kalt for “Joe Chemo” og brukte gjenkjennelige motiver fra originalen, ved å bruke samme hovedmotiv bare med en ny stemning. Det ble brukt fargekontraster i form av kvalitetskontrast, der de byttet på mengde farge som ble brukt, i tillegg til å bruke andre nyanseringer av fargen. Temaet i kulturjammen er aktuelt for når bildet ble laget, på grunn av at tobakksindustrien og reklamer fra tobakksindustrien var veldig aktuelt. Kulturjammen ble laget som en reaksjon fra en enkeltperson, som ønsket å skape oppmerksomhet omkring et tema, og kritisere det. Det kunne tolkes som propaganda for selskapet bak “Camel filters”. I den neste kulturjammen jeg analyserte av Banksy kom også fargesymbolikk opp, i form av rødt, og bruken av fargen. Fargen minner om en form for avvisning der “cancelled” ligner på det samme stemplet en får, på søknader som avslås, “declined/denied”. Bildet benytter seg av kontrast ved å bruke tekstens opprinnelige betydning, opp mot hvordan den fremstår på bildet. Det visuelle uttrykket av Banksy var som den første jammen, også ment som kritikk mot samfunnet. Den siste kulturjammen av Kruger, “I shop therefore I am”, bruker også kontrast i tekst, og er en reaksjon på hvordan kulturen er blitt mer materialistisk. Som jeg tidligere var inne på eksisterer også sitatet av kulturjammen som en meme, der de bruker Descartes sitat på ulike måter.

Kruger er kjent for å være aggressiv med teksten som hun legger sammen med fotografier, og stiller ofte spørsmål til betrakteren. I det visuelle uttrykket tar hun også i bruk abstrakt symbolikk og fargesymbolikk som er inspirert av aktuelle reklamer i tidsperioden.

Virkemidlene og verktøyene de ulike kulturjammene tok i bruk, var mye av det samme, men ulikt brukt. Etter å ha sett på de tre aktuelle kulturjammene, gikk jeg over til memes og bruken av virkemidler som de har anvendt.

Success Kid, et fotografi av en liten baby som er på stranden, originalt et bilde for å dele med familien for å huske situasjonen, men takket være internett og folk ble det til en meme. Memen brukes sammen med tekst for å endre betydningen til det visuelle uttrykket. Memes som bruker denne formen for virkemiddel, kategoriseres ofte som “advice animal”, bildet trenger ikke å være av et dyr for å tilhøre denne kategorien. Memes som lages på denne metoden, er igjen kjent for å brukes mellom folk for å skape relasjoner. Selv om at vi vet hvem som har tatt bildet av Success kid “Sammy”, vet vi ikke hvem som begynte å lage memes av bildet. Meme nummer 2, viste en faktisk hvem som stod bak originalen. Kappa

ble laget av Josh DeSeno, men var originalt bare laget for å være et easter egg i “chat”. Emojien ble etter hvert veldig mye brukt, og det ble til slutt en meme på grunn av måten folk brukte emojien. Denne memen tar ikke i bruk tekst på samme måte som de andre to, den eneste formen for tekst som brukes er for å få frem emojien. Det originale bildet av Josh, var brukt som ID-kort/ansattbevis på arbeidsplassen, men etter at bildet ble til en meme, har det fått en helt ny betydning og oppgave. Emojien “Kappa” er originalt laget monokromt med svart/hvit, men ved å legge over et regnbue-filter får emojien en helt ny betydning for betrakteren av den. Det siste visuelle uttrykket var av “Obama Hope” plakaten, som også er blitt brukt innenfor kulturjamming. I denne memen brukes samme farger som den originale, men til tider kan en se små nyanseringer der de legger til litt mer farge. Det originale bildets farger var patriotiske farger for Amerikanerne, rødt, hvitt og blått. Både tekst og hovedmotiv endres i memen, til noe der teksten passer med det nye motivet. Teksten i begge memes er viktige virkemiddel for å få frem betydningen for motivet, alle bildenes motiver er personer som har, eller får, en form for “opphøyning” i samfunnet.

7.2 Drøfting av funn

Etter å ha analysert alle de visuelle uttrykkene, og sett på definisjonene av fenomenene, var det nå mulighet til å presentere forbindelser i form av likheter og ulikheter mellom dem. Målet mitt med prosjekt har hele tiden vært å finne forbindelser og sammenhenger mellom memes og kulturjamming, og prøve å få en dypere forståelse. I min masteroppgave har mitt perspektiv har dreid seg om forbindelser mellom fenomenene. For å finne forbindelser, har jeg gått tilbake til de utvalgte visuelle uttrykkene og prøvd å få frem hva de uttrykker. Larsen og Lien skrev i sin bok at “en bør vite hva man skal være oppmerksomme på, når en skal forstå og forklare bilder” (2008, s. 421). Med det i bakhodet benyttet jeg meg av analysemetoden de tok i bruk, visuell kultur. Panofsky og Baxandall hadde hver sin metode for å få frem det visuelle uttrykkets dypere betydning. Begge analysemetodene dro frem virkemidler som memes og kulturjamming bruker. Vanskeligheten for å anvende metodene baserer seg på hvor mye informasjon som eksisterte for hvert bilde. Ved bruk av Baxandalls metode omhandlet den ene delen hvem bildet ble laget for, både memes og kulturjammer har ofte anonyme skapere, noe som gjør denne delen vanskelig å tolke. Her er det derfor viktig å analysere bildet nøye, for å se etter andre kjennetegn som kan indikere hvem det ble laget for. Analysemodellen til Baxandall og Panofsky kan sies å være laget for å analysere eldre maleri og statuer, men som både Schwartz og Przyblyski fremhever, kan det også brukes for

å analysere visuelle opplevelser i hverdagslivet, noe som tilsier at både memes og kulturjamming er veldig aktuelt innenfor visuell kultur. Visuelle uttrykk finnes i flere forskjellige former innenfor dagens kultur, og visuell kultur passer veldig godt for å få frem de ulike virkemidlene i disse to fenomenene. Både memes og kulturjammer, er visuelle uttrykk tatt ut av en kontekst og satt inn og gjenbrukt i en ny. Kulturjammer er ofte enklere å forstå av alle, kontra memes, fordi noen memes er veldig interne innenfor noen aktuelle internettsamfunn.

I første del av prosjektet hadde jeg som utgangspunkt at memes og kulturjammer delte mange likheter. Kulturjamming kan bli sett på som noe der en aktivt vil foreta endringer på alt fra bildet i seg selv til tekst, der alle symboler og tegn får en ny betydning, det helhetlige uttrykket får dermed en ny betydning som er vridd fra det originale bildet (Tanggaard, 2006, s. 8). Anvender vi sitatet fra Tanggaard opp mot hva som forklarer en meme, passer det veldig godt sammen. En viktig karakteristikk av meme er at den ofte er basert på et bilde med tekst som gir en kontekst til memen, videre er memes ofte basert på hva som skjer i verden, noe som også er veldig relevant for kulturjammingen. Kruger brukte et sitat fra Descartes for å lage en jam som hun delte med verdenen, sitatet hun tok inspirasjon fra er "I think; therefore I am". Dette sitatet er også brukt av personer som lager memes, der de lager helt andre versjoner, et eksempel jeg dro frem er "I meme therefore I exist" (ME.ME, 2016, bilde med tekst). Dette viser at memes og kulturjammer ofte tar i bruk samme typer medier i sine visuelle uttrykk for å få frem et budskap. Memes blir som nevnt brukt for å dele ens verdier for andre personer eller internettsamfunn, og kulturjammer er også meninger som en person har, som vedkommende vil dele med omverdenen. En vesentlig forskjell på memes og kulturjamming er at jammeren ofte lager kulturjammer som en form for kritikk mot noe samfunnsaktuelt, og ønsker en endring, mens memes ofte blir laget for å spøke med noe som skjer. Etter å ha analysert begge fenomenene, merket jeg at begge fenomenene til tider bruker farger for å vise endring i bildet, det samme gjelder hovedmotivet. Tekst er også et virkemiddel som begge bruker for å formidle et budskap, enten som en protest eller bare for å tulle med betrakteren. Både memes og kulturjammer anvender også til tider fotografier av virkeligheten, som de trekker inn i nye betydninger.

7.3 Konsekvenser av funn

Gjennom å sammenligne bilder fra memes og kulturjamming har jeg endret mine tanker, på hva som er hovedtrekkene i en meme og en jam. I starten fremmet jeg at memes bare var en måte for folk og leke og spøke med andre personer, og at de bare ble benyttet i sammenhenger som ikke var seriøse. Det var et fenomen jeg så mine venner ta i bruk, og det var noe de aktivt brukte hver dag. Kulturjamming var derimot et nytt fenomen for meg, før jeg satte meg inn i dets betydning. Mine tanker var at de brukte reklame og lagde nye betydninger av reklamen. Ved å sette meg inn i definisjonen av både memes og kulturjamming fant jeg ut at begge fenomenene har mer substans enn antatt. I likhet med memes er kulturjamming blitt mer aktuelt via internett, og på samme måte som memes kan bli sett på som; “farsotter som spres via internett”, kan vi dra denne definisjonen inn mot kulturjammingen sitt visuelle uttrykk. Ved at jammere tok i bruk internett og sosiale medier, kunne også deres visuelle uttrykk spres raskere enn de gjorde, når jammere eksempelvis malte på reklametavler. På samme måte som memes spres via sosiale medier gjør også kulturjammer, og virkemidlene de tar i bruk for å oppnå endring i bildet er mye av det samme.

En forskjell på fenomenene memes og kulturjamming, er hvordan de tar i bruk de samfunnsaktuelle temaene. Noen av de temaene som memes tar i bruk fra for eksempel popkulturen, kan være samfunnsaktuelle temaer, men også veldig interne, eksempelvis de som baserer seg rundt et dataspill. Når de tar i bruk interne temaer, kan memen lett bli misforstått i eksterne miljø. En person som ikke spiller dataspill, kan ha vanskeligheter med å relatere til memes slik som “I took an arrow to the knee”, se kapittel 4.3.1. Den er basert på et sitat fra dataspillet “The Elder Scrolls V: Skyrim”, og delvis fra fantasi novellen “The Name of the Wind” noe som gjør memen intern. Deles en intern meme utenfor det aktuelle samfunnet, er det større sjanse for at memen, ikke blir delt videre. Kulturjammer er derimot oftere basert på større samfunnsaktuelle temaer, og er derfor enklere å forstå av enkeltmennesket, men det finnes også unntak. Noen kulturjammer kan være vanskeligere å forstå, hvis jammeren tar opp en sak som er relevant for et mindre samfunn. Det vil si at fenomenene er essensielt like, men at de tar for seg forskjellige typer “vanskelige temaer”.

Kan en si “kulturjamming, er det en meme?” I starten av min masteroppgave ville jeg ha svart ja til dette spørsmålet, men, etter å ha studert begge fenomenene er svaret mitt nei,

kulturjamming er ikke en meme. En grunn til at jeg fremmer dette er på bakgrunn av at kulturjammingen tar i bruk memes for å få frem ulike budskap. Et eksempel der memes blir tatt i bruk som en jam er med “Uncle Sam” sin “I want you” plakat. I bildet jeg dro frem i kapittel 3.1.1, var det en plakat med en iterasjon av “Uncle Sam”, på plakaten stod det skrevet “I WANT YOU to die a horrible meaningless death to sustain a lifestyle that will ultimately destroy the earth”. Her kritiserer jammeren hvordan vi mennesker er blitt mer materialistiske, som forklart tidligere kjøper vi nye ting hele tiden for å være fornøyde, uten å tenke på konsekvensene det har for miljøet. Samtidig som at denne plakaten brukes i kulturjammer, er det også folk som bruker det som en meme, deriblant for å rekruttere folk til krig i dataspillet World of Warcraft, figur 22, se kapittel 4.3.2. En annen meme som blir brukt av kulturjammere er “HOPE” plakaten jeg tok for meg i analysen av memen, og som beskrevet allerede da, eksisterer denne også som en jam. Disse to eksemplene viser at memes og kulturjammer har likheter, og bruker samme virkemidler for å oppnå endring i bildets betydning.

Hvordan anvendes visuelle virkemidler i memes og kulturjamming, og finnes det forbindelser mellom de to fenomenene? Gjennom min analyse av fenomenene memes og kulturjamming, fant jeg ut at de begge bruker mye av de samme virkemidlene for å oppnå en endring i budskap, opp mot det som var den originale betydningen av det visuelle uttrykket. Begge fenomenene gjenbraker oftest billeduttrykk, grafisktekst og farge som virkemiddel, men kulturjammingen fokuserer mer på symbolikken bak fargene som blir anvendt. Symbolikken i tekst som brukes i kulturjammingen, kan være fylt med kontraster der budskapet i det originale visuelle uttrykket, kan være muntert og prøver å få flere salg, opp mot kulturjammen som prøver å stoppe salget. I likhet med kulturjammer, bruker memes tekst (ofte i form av humor), som et visuelt virkemiddel for å oppnå relasjoner mellom enkeltindivid og samfunn. I tillegg er begge avhengige av delingskultur for å få spredt deres budskap, da enten i form av memes eller kulturjammer. Begge fenomenene tar også i bruk et originalt sitat, bilde eller situasjon, før det blir laget en meme eller en kulturjam. Fenomenene memes og kulturjamming har forbindelser via blant annet virkemidlene som jeg forklarte ovenfor, men med små nyanseringer, eksempelvis bruk av symbolikk.

Er memes og kulturjammer det samme? Etter å ha nøye analysert begge fenomenene og dratt frem virkemidlene og verktøyene som de tar i bruk, vil jeg si nei, fenomenene er ikke helt

like. Begge har karakteristikk som gjør dem unike, de brukes ulikt for å få frem forskjellige budskap, selv om at virkemidlene de tar i bruk er like. En forskjell mellom fenomenene memes og kulturjamming, er blant annet bakgrunnen for at fenomenene blir laget. Kulturjamming er en form for samfunns protest, eller samfunnskritikk. Det blir anvendt for å sette søkelys på noe som jammere mener er et viktig tema for samfunnet, og de ønsker en endring. For å få samfunnet til å reagere anvender de visuelle virkemidler for å få frem sitt budskap, enten i form av installasjoner eller det jeg har satt søkelys på, endring i bildet. Memes utnytter samfunnsaktuelle temaer for å skape nye memes, men i motsetning til jammere brukes memes for å skape relasjoner mellom enkeltmennesket og andre individer eller grupper, ofte i form av humor. En meme vil "dø" hvis den ikke deles videre med andre, da memes har som funksjon, å bli delt og replikert videre med andre brukere, det er derfor de eksisterer.

Fenomenene har to forskjellige måter å formidle noe i digitale medier, virkemidlene er veldig like, men intensjonene og bruken av dem er forskjellige. Memes er en ny måte å kommunisere på, mellom enkeltindivider, mens kulturjammer belyser større samfunnsaktuelle temaer i håp om å skape diskusjon og endring.

7.4 Hvor går veien videre?

Avslutningsvis kan det være nyttig å se om det finnes flere forbindelser mellom de fenomenene jeg har tatt for meg, med utgangspunkt i den forskningen som er lagt frem i denne oppgaven. Mye av fokuset i denne masteroppgaven har vært på å undersøke og belyse ulike visuelle uttrykkene som eksisterer innenfor de to fenomenene. For å foreta en videre forskning hadde det vært interessant å utføre kvalitative intervju, eller kvantitative spørreundersøkelser, for å få mer informasjon om hvordan forsknings subjekter som aktivt bruker fenomenene tenker. Vil de legge merke til det samme som meg? Er det ting innenfor feltet som jeg ikke har fått med meg? hva vil deres tanker være om de likhetene jeg har funnet? Hva tenker jammere som bruker memes? Ser de på det som et nytt virkemiddel de kan ta i bruk, eller er det bare en kontinuitet på hva de allerede gjør? I mitt prosjekt har jeg valgt å ta utgangspunkt i stillbildene, det vil si at GIFs og videoer og installasjoner er utelatt. Hva slags likheter er det i bruken av disse visuelle uttrykkene? Har de samme virkemidler? Eller hva slags nye virkemidler tar de i bruk for å oppnå endring?

8. Litteraturliste

8.1 Bøker og artikler:

- Aalen, Ida, (2016). *Sosiale Medier*, Vigmostad & Bjørke AS
- Bale, K, (2009). *Estetikk. En innføring*, Pax forlag A/S, Oslo
- Castaño Díaz, C. M. (2013). Defining and characterizing the concept of internet meme. Research gate, 2013, https://www.researchgate.net/publication/257430592_Defining_and_characterizing_the_concept_of_Internet_Meme
- Dawkins, Richard (1989), *The Selfish Gene* (2. utg.). Oxford University Press
- Bengtsson, J. (1999), *En livsvärldsansats för pedagogisk forskning*. I J. Bengtsson (Red.), *Med livsvärlden som grund: Bidrag till utvecklandet av en livsvärldsfenomenologisk ansats i pedagogisk forskning* (s. 9-49). Lund: Studentlitteratur.
- Chapman, Roger, (2009), *Culture Wars*. M. E. Sharpe Incorporated
- Elleström, L. (2010). *The Modalities of Media: A Model for Understanding Intermedial Relations*. I Elleström, L. (red.). Media Borders, Multimodality and Intermediality. Hampshire: Palgrave Macmillan
- Ess, Charles, (2014). *Digital Media Ethics, Digital media and society series*. Polity Press.
- Furu, Nina, (2012), *Fra triggerord til hashtag, kommunikasjon i digitale og sosiale medier*. Høyskoleforlaget AS.
- Harold, C. (2004) Pranking rhetoric: “culture jamming” as media activism, *Critical Studies in Media Communication*. *Taylor and Francis Online*, 2004, 189-211. <https://doi.org/10.1080/0739318042000212693>
- Harzman, J., C. (2015), Banksy at Disneyland: Generic Participation in Culture Jamming. *Southern Illinois University*. 2015. <http://opensiuc.lib.siu.edu/kaleidoscope/vol14/iss1/3>
- Hoehsmann, Michael & Poyntz, Stuart R., (2012). *Media Literacies: A Critical Introduction*. John Wiley & Sons, Incorporated
- Jorn, Asger (2017), *Estetikens ekstreme fenomenologi*. Pax Forlag
- Julien, C. (2014), Bourdieu, Social Capital and Online Interaction. *Journals Sagepub*. 2015, 356-373. <http://doi.org/10.1177/0038038514535862>
- Juris, J., S. (2005), The New Digital Media and Activist Networking within Anti-Corporate Globalization Movements, *Sage Journals*. 2005, 189-208. <https://doi.org/10.1177/0002716204270338>
- Klein, Naomi (2002). *No logo*. 2. Utg. Trondheim: Forlaget Oktober AS
- Kvarv, Sture (2014) *Vitenskapsteori: Tradisjoner, posisjoner og diskusjoner* (2.utg.). Oslo: Novus Forlag
- Larsen, P. og Lien, S. (2008) *Kunsten å lese bilder*. Spartacus forlag AS
- Lasn, Kalle. (1999) *Culture Jam*. Eagle Book, an imprint of William Morrow and Company, Inc.
- Lee, Carmen. (2017). *Multilingualism online*. Routledge
- Leirpoll, Lars. (2008) *Video i praksis* 4. Utgave. Leirpoll forlag
- Manovich, Lev (2001). *The Language of New Media*. The MIT Press Cambridge, Massachusetts:

- Nissenbaum, Asaf & Shifman, Limor, (2015) Internet memes as contested cultural capital: The case of 4chan's /b/ board. *Sage Journals*. 2015, 483-501.
<https://doi.org/10.1177/1461444815609313>
- Olsson, H., & Sørensen, S. (2003) *Forskningsprosessen, Kvalitative og kvantitative perspektiver*. Oslo: Gyldendal Akademisk
- Ragin, C., C., (2014), *The comparative method : moving beyond qualitative and quantitative strategies*, University of California Press
- Schwartz, Vanessa R. & Przyblyski, Jeannene M. (2004). *The Nineteenth-Century Visual Culture Reader*, Routledge Taylor & Francis Group
- Wiggins, Bradley E. & Bowers, G Bret (2014) Memes as genre: A structural analysis of the memescape. *Sage Journals*. 2015, 1886-1906.
<https://doi.org/10.1177/1461444814535194>
- Østbye, H., Helland, K., Knapskog, K. og Larsen, L. (2007). *Metodebok for mediefag 3.utg.* Fagbokforlaget

8.2 Bilder:

- Banksy. (2010). Follow your dreams (Canceled) [Fotografi tatt av grafitti]. Hentet fra https://arthive.com/artists/67312~Banksy/works/551336~Follow_your_dreams_Canceled
- Elfstrom, S., (2008, 29 oktober) BOMBAD [Digital visuelt uttrykk] Hentet fra <https://www.flickr.com/photos/scottelfstrom/2985270982/>
- Expats Paris (2018, 17. april) "I think; therefore I am." - Rene Descartes [Digitalt bilde]. Hentet fra <https://www.facebook.com/expatsinparis/photos/a.276836802453492/1221199328017230/?type=3&theater>
- Foresn, S., (u.å.). Foresn [Original fotografi av Sebastian Fors]. Hentet fra <https://www.dexerto.com/entertainment/forsen-nymm-2-week-ban-streaming-twitchcon-partner-1091609>
- Kruger, B. (1987). Psycho: Untitled (I Shop therefore I am) [Digital visuelt uttrykk]. Hentet fra <https://www.adbusters.org/spoof-ads>
- Leete, A., (1914). Your country needs you [Reklame bildet]. Hentet fra <https://www.bl.uk/collection-items/your-country-needs-you>
- KnowYourMeme, (2012). ForsenE [Digital visuell uttrykk av en meme] Hentet fra <https://knowyourmeme.com/memes/people/forsen>
- KnowYourMeme, (2014). Hodor [Hodor memes] Hentet fra <https://knowyourmeme.com/memes/hodor>
- KnowYourMeme, (2016). Hold The Door [Meme] Hentet fra <https://knowyourmeme.com/memes/hold-the-door>
- KnowYourMeme, (2011). I Took an Arrow in the Knee [Digitale bilder av memes] Hentet fra <https://knowyourmeme.com/memes/i-took-an-arrow-in-the-knee>
- KnowYourMeme, (2011). Kappa, KappaPride [Digital bilder av memes] Hentet fra <https://knowyourmeme.com/memes/kappa>
- KnowYourMeme, (2006). LOLcats [Digitale bilder av memes] Hentet fra <https://knowyourmeme.com/memes/lolcats>
- KnowYourMeme, (2008). Obama "Hope" Posters [Digitale visuelle uttrykk av en meme] Hentet fra <https://knowyourmeme.com/memes/obama-hope-posters>
- KnowYourMeme, (2008). Pepe the Frog, Smug Pepe, Angry Pepe [Digitale visuelle uttrykk av en meme] Hentet fra <https://knowyourmeme.com/memes/pepe-the-frog>

- KnowYourMeme, (2007). Success Kid / I Hate Sandcastles. [Digital visuell uttrykk av meme] Hentet fra <https://knowyourmeme.com/memes/success-kid-i-hate-sandcastles>
- KnowYourMeme, (2018). Surprised Pikachu. [Digital visuell uttrykk av en meme] Hentet fra <https://knowyourmeme.com/memes/surprised-pikachu>
- KnowYourMeme, (1914). Uncle Sam's "I Want You" Poster. [Digital visuell uttrykk av en meme]. Hentet fra <https://knowyourmeme.com/memes/uncle-sams-i-want-you-poster>
- Plous, S. & Turner, R. (1996). Fuck Philip Morris: Joe Chemo (Hallway) [Digital visuell uttrykk]. Hentet fra <https://www.adbusters.org/spoof-ads>
- Rodriguez-Gerada, J., (1990s) Rebel Without a Lung. [fotografi av en jam] Hentet fra <https://gerada-art.com/project/culture-jamming/>
- Vintageadbrowser. (u.å.). Joe Camel Ads of the 1990s [Digital visuell uttrykk av en meme]. Hentet fra <http://www.vintageadbrowser.com/joe-camel-ads-1990s>
- Weinfield, I. (2008). Pope. [Digital visuell uttrykk av en meme] Hentet fra <https://laughingsquid.com/pope-a-parody-of-the-popular-hope-obama-poster/>

8.3 Nettsider:

- Agentz, C. (2019, 5. mars) The Culture Jamming of Banksy: A Research Project. Hentet fra <https://medium.com/@cultagentz/the-culture-jamming-of-banksy-a-research-project-abfe96e8b085>
- Barbarakruger (u.å.). Biography. Hentet 9. April 2020 fra <http://www.barbarakruger.com/biography.shtml>
- Beale, S., (2008, 15. april) "POPE" a Parody of the Popular "HOPE" Obama Poster. Hentet fra <https://laughingsquid.com/pope-a-parody-of-the-popular-hope-obama-poster/>
- Bell, K., (2013-2020), Culture jamming, *Open Education Sociology Dictionary*. Hentet fra <https://sociologydictionary.org/culture-jamming/>
- Barone, A., (2020, 27. mars). American Dream. Hentet fra <https://www.investopedia.com/terms/a/american-dream.asp>
- Cmermer18, (2019), Banksy: The Graffiti Jammer. Hentet fra <https://sosc111.wordpress.com/2019/04/29/banksy-the-graffiti-jammer/>
- Elfstrom, S., (2008, 29. oktober) BOMBAD. Hentet fra <https://www.flickr.com/photos/scottelfstrom/2985270982/>
- Goldenberg, D., (2015, 21 oktober) How Kappa Became the Face Of Twitch. Hentet fra <https://fivethirtyeight.com/features/why-a-former-twitch-employee-has-one-of-the-most-reproduced-faces-ever/>
- Grammarist (u.å.) Emoji vs emoticon. Hentet fra <https://www.flickr.com/photos/scottelfstrom/2985270982/>
- Howell, A., (2019) Politics, Memes, and Culture Jamming: Meme Culture's Potential to Engage Youth in Politics (Bacheloroppgave, Oregon State Universitet). Hentet fra <https://ir.library.oregonstate.edu/concern/defaults/9k41zm43c>
- Kappe, E., (2020, 6. februar). Portrait of René Descartes by Fans Hans. Hentet 24. April fra <https://www.tripimprover.com/blog/portrait-of-rene-descartes-by-frans-hals>
- Karlsson, Amanda (2019) The rise and demise of a meme - A study on what a meme is and why people are spreading them (Masteroppgave, Umeå Universitet). Hentet fra <http://www.diva-portal.org/smash/record.jsf?pid=diva2%3A1342276&dswid=7094>

-
- KnowYourMeme. (u.å.) Meme Categories. Hentet fra <https://knowyourmeme.com/categories>
 - KnowYourMeme. (2010, 21. februar, oppdatert 7. januar, 2020) Memes. Hentet fra <https://knowyourmeme.com/memes/memes>
 - KnowYourMeme. (2011, 18. august, oppdatert 3. februar, 2020) Advice Animals. Hentet fra <https://knowyourmeme.com/memes/advice-animals>
 - KnowYourMeme. (2009, 6. juni, oppdatert 8. desember, 2019) At First I Was Like.... Hentet fra <https://knowyourmeme.com/memes/at-first-i-was-like>
 - KnowYourMeme. (2018, 11. august, oppdatert 11 oktober, 2019) Crab Rave. Hentet fra <https://knowyourmeme.com/memes/crab-rave>
 - KnowYourMeme. (2017, 20. september, oppdatert 19. september, 2019) GachiGASM / GachiBASS. Hentet fra <https://knowyourmeme.com/memes/gachigasm-gachibass>
 - KnowYourMeme. (2014, 2. april, oppdatert 3. mai, 2019) Hodor. Hentet fra <https://knowyourmeme.com/memes/hodor>
 - KnowYourMeme. (2016, 23 mai, oppdatert 3. mai, 2019) Hold The Door. Hentet fra <https://knowyourmeme.com/memes/hold-the-door>
 - KnowYourMeme. (2011. 29. november, oppdatert 18. august, 2019) I Took an Arrow in the Knee. Hentet fra <https://knowyourmeme.com/memes/i-took-an-arrow-in-the-knee>
 - KnowYourMeme. (2012, 29. februar, oppdatert 24. oktober, 2019) Image Macros. Hentet fra <https://knowyourmeme.com/memes/image-macros>
 - KnowYourMeme. (2015, 26. februar, oppdatert 31. desember, 2019) Kappa. Hentet fra <https://knowyourmeme.com/memes/kappa>
 - KnowYourMeme. (2015, 23. februar, oppdatert 13. juni, 2019) Kreygasm. Hentet fra <https://knowyourmeme.com/memes/kreygasm>
 - KnowYourMeme. (2008, 12. desember, oppdatert 24. juni, 2019) LOLcats. Hentet fra <https://knowyourmeme.com/memes/loocats>
 - KnowYourMeme. (2009, 27. august, oppdatert 11. august, 2015) Obama “Hope” Posters. Hentet fra <https://knowyourmeme.com/memes/obama-hope-posters>
 - KnowYourMeme. (2009, 12. april, oppdatert 26. august, 2019) One Does Not Simply Walk into Mordor. Hentet fra <https://knowyourmeme.com/memes/one-does-not-simply-walk-into-mordor>
 - KnowYourMeme. (2015, 26. mai, oppdatert 13. februar, 2020) Pepe the Frog. Hentet fra <https://knowyourmeme.com/memes/pepe-the-frog>
 - KnowYourMeme. (2018, 9. januar, oppdatert 3. mai, 2018) Forsen. Hentet fra <https://knowyourmeme.com/memes/people/forsen>
 - KnowYourMeme. (2015, 12. januar, oppdatert 3. desember, 2017) Popcorn GIFs. Hentet fra <https://knowyourmeme.com/memes/popcorn-gifs>
 - KnowYourMeme. (2013, 24. juni, oppdatert 20. desember, 2017) Quickmeme. Hentet fra <https://knowyourmeme.com/memes/sites/quickmeme>
 - KnowYourMeme. (2009, 24. august, oppdatert 13. februar 2020) Success Kid / I Hate Sandcastles. Hentet fra <https://knowyourmeme.com/memes/success-kid-i-hate-sandcastles>
 - KnowYourMeme. (2018, 3 januar, oppdatert 9. mars, 2020) Ugandan Knuckles. Hentet fra <https://knowyourmeme.com/memes/surprised-pikachu>
 - KnowYourMeme. (2010, 6. juni, oppdatert 3. november, 2019) Uncle Sam’s “I Want You” Poster. Hentet fra <https://knowyourmeme.com/memes/uncle-sams-i-want-you-poster>

-
- KnowYourMeme. (2010, 1. oktober, oppdatert 26. juni, 2018) “Y U NO” Guy. Hentet fra <https://knowyourmeme.com/memes/y-u-no-guy>
 - Mendes, E., (2014, 9 januar). The Study That Helped Spur the U.S. Stop-Smoking Movement. Hentet fra <https://www.cancer.org/latest-news/the-study-that-helped-spur-the-us-stop-smoking-movement.html>
 - Memes (2012). Memes Facebookside. Hentet 20 februar 2019 fra <https://www.facebook.com/memes/>
 - ME.ME (2016, 22. Juli) *I meme therefore I exist. René Descartes*. Hentet fra <https://me.me/i/i-meme-therefore-i-exist-ren%C3%A9-descartes-1562234>
 - Miceli, C., (2018, 26. november) Descartes’ “I think, therefore I am”. Hentet 24. April fra <https://1000wordphilosophy.com/2018/11/26/descartes-i-think-therefore-i-am/>
 - Pope. (u.å.). I *ordboken everything after z*. Hentet fra <https://www.dictionary.com/e/pope-benedict-name/>
 - Redditinc, (2005) Reddit Inc. Hentet fra <https://www.redditinc.com/>
 - Rose, M., (2014, 10. februar) Justin.tv. Hentet 17. April 2020 fra https://www.gamasutra.com/view/news/210384/Twitch_parent_company_rebrands_as_Twitch_Interactive.php
 - R4D1AT10N, (2014, 13. oktober). Kappa, *Urban dictionary*. Hentet fra <https://www.urbandictionary.com/define.php?term=Kappa>
 - Salih, Jasmin, (2019), Getting “Banksied” Culture Jamming in Practice (Masteroppgave, Malmö Universitet). Hentet fra <http://muep.mau.se/handle/2043/30429>
 - Sorabella, J. (2007, august) Portraiture in Renaissance and Baroque Europe. Hentet fra https://www.metmuseum.org/toah/hd/port/hd_port.htm
 - Sorensen, B., (u.å.) Art and Mass Media: Barbara Kruger (Bacheloroppgave University of New South Wales. Art History and Art Education) Hentet fra https://www.academia.edu/12389658/Art_and_mass_media_Barbara_Kruger
 - Språkrådet, (2018, 27. mai) Mem. Hentet fra <https://www.sprakradet.no/Vi-og-vart/hva-skjer/Aktuelt-ord/Mem/>
 - Star Wars fandom, (u.å.) Bombad General. Hentet 15. April fra https://starwars.fandom.com/wiki/Bombad_General/Legends
 - Tanggaard, Alf Petter (2006) Adbusters i Norge Kulturjamming som motstandsrepertoar (Masteroppgave, Universitetet i Oslo). Hentet fra <https://www.duo.uio.no/handle/10852/15618>
 - Tschudi-Madsen, S., (Oppdatert 30. september 2019) Fargesymbolikk. Hentet fra <https://snl.no/fargesymbolikk>
 - W.O. Cawley Jr. (2006, 7. april). What is the memescape? [Blogginnlegg]. Hentet fra <http://thebigthink.blogspot.com/2006/04/what-is-memescape.html>
 - Wolf, T., (u.å.) How to Increase Conversions Using Color Psychology. Hentet 16. April 2020 fra <https://www.conversioner.com/blog/color-psychology>
 - 4chan (u.å.) 4chan. Hentet 7. april 2020 fra <https://4chan.org/>
 - 4chan (u.å.) Frequently Asked Questions. Hentet 7. April 2020 fra <https://4chan.org/faq>
 - 4chan (u.å.) Rules. Hentet 7. april 2020 fra <https://www.4chan.org/rules>