

**Дејан Петковић***Етнографски институт САНУ*

dejan.petkovic@ei.sanu.ac.rs

<https://orcid.org/0009-0004-4868-0559>

## Православни мимови између дигиталног фолклора и пропаганде: идентитети, идеологије и живљена религиозност у српском киберпростору\*

**Апстракт:** Рад анализира православне интернет мимове као савремени облик дигиталног фолклора, проповедања и живљене религиозности. Мимови се посматрају као дигитални културни артефакти који настају у партиципативној онлајн култури и служе као средство комуникације, преговарања идентитета и артикулације идеолошких ставова. Посебан фокус је стављен на религијске мимове као израз лаичке религиозности, али и као простор и средство конфликта између црквеног правоверја, народног православља и критике према религији и цркви. Корпус мимова је прикупљан три године нетнографском методом, а у анализи је коришћена визуелна социјална семиотика. Идентификована су три типа православних мимова: (1) ретрадиционализујући, догматски и афирмативни мимови, (2) „фолк” мимови који на хумористичан начин рефлектују елементе народног православља и свакодневне религиозне праксе, и (3) критички мимови који проблематизују религију, црквене ауторитете и друштвену улогу религије. Посебна пажња посвећена је анализи формата *Чед православца* као примера идеолошки засићеног меметичког израза повезаног са ширим глобалним трендовима десничарског популизма, идентитетских политика и кризе маскулинитета. Закључује се да православни мимови не функционишу само као забавни садржаји, већ као значајни семиотички и политички ресурси кроз које се производе, нормализују и оспоравају религијски и национални идентитети, чинећи их важним извором за разумевање савремене (дигиталне) религиозности и културних конфликта у Србији.

**Кључне речи:** интернет мим, дигитални фолклор, живљена религија, визуелна социјална семиотика, православни мимови

---

\* Овај рад је изложен на скупу „Популарна култура, фолклор, комуникација”, одржаном 5. и 6. децембра 2025. године на Филозофском факултету Универзитета у Београду. Текст је резултат рада у Етнографском институту САНУ, који финансира Министарство просвете, науке и технолошког развоја РС, а на основу Уговора о реализацији и финансирању научноистраживачког рада НИО у 2023. години број: 451-03-136/2025-03/200173.

## Шта су мимови

О мимовима ће бити речи у целокупном раду, али првенствено треба поставити основу посматрања овог дигиталног феномена. Интернет мим је данас врло распрострањена форма комуникације и означава низ различитих дељених (међу људима и преко различитих платформи), махом хумористичких интернет садржаја. Кнобел и Ланкшир кажу да је немогуће прецизирати шта је мим (Knobel and Lankshear 2007, 205). Појам интернет мим (прецизније мем) дугује порекло Ричарду Докинсу, који у свом делу *Себични ген* из 1976. године, служећи се грчким *μίμνα* (*мимема*), објашњава идеју или понашање (или једноставно културну јединицу) које се кроз културу/друштвени систем репликује у истом маниру као ген (или вирус). Премда у тренутку писања рада није било ни назнаке једне овакве врсте дигиталног фолклора, његов појам се брзо ускладио с дискусијама о интернет мимовима како би описао дигиталне слике и поруке које се деле брзо и у реалном времену мењају у нове облике комуникације у виртуелном простору. Попут вируса, Докинс је замислио да преносилац одређене идеје „инфицира” ум другог који даље преноси исту идеју. Докинсова биологизирајућа „миметика” није заживела, али је појам, и неке његове функције (еволуција и селекција), радо прихваћен од стране интернет корисника да значи хумористичне садржаје и праксу дељења онлајн. Мимови су свакако остали у жижи пажње друштвено-хуманистичких наука као једна специфична врста хибридног фолклора, а најбоље је приступити им у том маниру без биологизирања, узимајући у обзир контекст интернет културе и поткултура.

Услед свеprisутности информационих технологија (ИТ) у нашим животима и употребом паметних телефона која се граничи са зависношћу, англицизми ИТ-а су продрли и у наш језик. Тако су мим и шер,<sup>1</sup> пракса повезана с дељењем истих, део свакодневног вокабулара миленијалаца и млађих. Појам описује интернетом дељени мултимедијални садржај, махом хумористичког карактера, бриколалан, полисемичан, интертекстуалан с врло флуидним формама. Уплив креативности корисника, не само дељење мимова, оно је што их чини специфичним (Shifman 2013, 362), стварајући нову категорију „прозумера”. Дакле, мимови су део партиципаторне дигиталне културе и њени дигитални артефакти (Jenkins 2006; Wiggins and Bowers 2015) где нису медији креатори културних артефакта-

<sup>1</sup> Још један колоквијални облик је „мимовање”, који више наглашава прозумерски аспект те културе, јер није само шеровање већ је и креација мимова.

та већ (активне) индивидуе – прозумери. Историја мимова није новина, јер постојали су стрипови, графити, ксерокслор, фотокопирлор и сл. Али, појава интернета, а нарочито друштвених мрежа довели су до пролиферације, популаризације и утемељења онога што називамо мим. У суштини, они су најпопуларнији пример глобалног дигиталног фолклорног стваралаштва и вернакуларне креативности (Banić Grubišić 2023, 11).

Фолклористи су углавном прихватили свеобухватну дефиницију Шифманове, иако она сама каже да су мимови хибридни жанр између фолклора и поп-културе (Shifman 2014, 15), а такође их назива и постмодерним фолклором. Мимови су:

*1) Група дигиталних јединица које деле заједничке карактеристике садржаја, форме и тачке гледишта/перспективе; 2) које су створене са свеићу једна о другој; 3) које циркулишу, имитирају се међусобно или трансформишу путем интернета од стране многих корисника (Shifman 2014, 41).*

Мимови нису само текст, већ их карактерише миметички процес, који према Милнеру (Milner 2016, 23) поред стварања, циркулације и трансформације, обухвата и пет фундаменталних логика: мултимодалност, реапропријацију, резонанцу, колективизам и ширење.

Веза фолклора и мимова је јака. Новина у фолклористици је интернет, јер он је моменат преласка многих фолклорних форми у киберпростор, али и стварања специфичних интернет традиција. Мимови се могу наћи у обе категорије. Они се уклапају у Бар Толкинову дефиницију фолклора као „културно конструисана комуникативна традиција неформално размењивана у динамичким варијацијама кроз простор и време” (Toelken 1996, 37). Такође, конзервативизам и динамизам као важне карактеристике фолклора обликују интернет мимове. Битна карактеристика мимова је анонимност која подстиче читав ланац уградње мишљења, ремиксовања и бриколирања, а ова карактеристика непознатости аутора највише наликује традиционалности оваквих облика. Мимови испуњавају традиционалну наративну функцију фолклора, служећи као алати за коментарисање друштвених питања и медијских наратива, а свако понављање ставља печат културе, контекста и бриге заједнице у којој је обликован мим (Mihailescu 2024; Gal et al. 2016; Knobel i Lankshear 2007).

Иако се на интернет мимове гледа као на визуелну забаву с много формата, он често може напустити интернет сферу и бити референца у стварности. Један такав пример је „дабовање”<sup>2</sup>.

Амерички избори 2016. и 2020. године (као и јуриш на Капитол) показали су моћ мимова у политичкој субверзији, превирањима, саботажи и дестабилизацији (Donovan et al. 2022). Нико више мимове не сматра само

<sup>2</sup> <https://knowyourmeme.com/memes/the-dab>

интерним шалама и дигиталним фолклором, већ су њихова моћ и домет много већи. Можда не мењају свет, али су индикатори јавног мњења, трендова и колективних идентитета, промовишу или споре пропаганде, забављају и подучавају (Denisova 2019).

### Шта су религијски мимови

Појам „религијски интернет мимови” односи се на мимове који циркулишу интернетом, чије су слике и текстови фокусирани на разне религијске теме/традиције (Bellar et al. 2014, 5). Најчешће имају намеру и способност да афирмишу или критикују религију на разиграни начин, али и да покрену дебате (Bellar et al. 2014, 8). Они или наглашавају или изазивају доминантне метанаративе и претпоставке о религији тиме што их есенцијализују (Bellar et al. 2014, 23). Мимови комбинују често свето и профано, а умногоме захтевају одређену религијску писменост у декодирању смисла и значења мима (Bellar et al. 2014, 25).

Мимови су више артикулација лаицитета (прозумера) и израз живљене религиозности него званичне комуникације ауторитета. Пример где црква директно промовише, тј, инструкира следбенике да праве мимове на интернету је Мормонска црква у САД (Burroughs and Feller 2015). Није ново да традиционалне институције користе нове технологије, али употреба покултурних елемената јесте.

Буроуз и Фелер сматрају да је изучавање религијских мимова корисно за разумевање свакодневне религиозности (живљене религије), али и растуће артикулације религије у дигиталном контексту (Burroughs and Feller 2015, 358). Религијски интернет мимови су у комуникацији с покултурним мимовима, али они свакако имају засебну артикулацију специфичну за своје институције или религиозност. Кемпбелова сматра да интернет није само неутрални преносник или сила која структурира религију већ нешто између, као и простор где се онлајн и офлајн, технолошко и религијско сусрећу у стварању дигиталне религиозности (Campbell 2012).

Људи све више времена проводе онлајн, па је логично преливање религије и офлајн пракси на интернет сферу. Религијске мимове можемо посматрати као израз интернет фолклора, као нови облик религијске праксе, простор и облик преговарања идентитета и сл. Анализа интернет мимова може показати како практичари разумеју своју религију и како публика перципира веру у савременом друштву. Штавише, мимови су прозор у свет живљене религиозности. Живљена религиозност је процес где индивидуе извлаче светоназоре из религијских извора, и како кроз њих доживљавају свето у свакодневној пракси (McGuire 2008).

Укратко, постоји неколико типова хришћанских мимова. Првенствено бих мимове поделио на порекло, односно на оне које долазе из институције и оне које потичу од лаицитета. Пошто је каткад немогуће утврдити порекло, ова подела је мање битна. Такође их можемо разликовати на основу деноминације, односно на коју грану хришћанства се односе, а често мимови могу бити третирани и начелно хришћански и релационо унутар хришћанства. Даља подела би била национална (а у случају већих држава и интранационална). Свака од ових може бити или афирмативно или критички обојена.

## Методологија

У намери да протумачимо дигиталне културне артефакте као врсту културне праксе у дигиталном простору, сазнајемо много не само о виртуелним заједницама које деле и производе те садржаје већ и шире контексте у којима су смештени. Дубинске анализе интернет мимова су реткост (Banić Grubišić 2023, 94), а с обзиром на њихову важност морамо им наћи адекватан приступ.

Киберпростор је већ дуже време етаблиран као легитиман извор за прикупљање етнографске грађе. То имплицира да је и фолклорну грађу могуће прикупљати на интернету (Trifunović 2010). Од кад интернет постоји, позната је његова улога у ширењу класичног фолклора. Међутим, оно што је новина јесте специфична врста интернет фолклора у виду мимова. Дигиталном фолклору се може приступати из различитих перспектива, као облицима текстуалних игара, визуелно-лингвистичке креативности, материјалној култури, вернакуларним ресурсима за изградњу идентитета и као фолк уметности нових медија (De Seta 2020, 168).

Фолкор се не мења, већ само форма и начин преношења, зато је битно прилагодити традиционалну методологију новом простору. Метода овог рада је првенствено нетнографска, односно прикупљање података на интернету класичним етнографским присуством, посматрањем с учествовањем али у киберпростору, прикупљајући јавнодоступне информације (Kozinets 2010, 60).

У тумачењу прикупљеног садржаја користим Бартовску визуелну социјалну семиотику, како ју је даље развио Тео ван Леувен (van Leeuwen 2001; Kress and van Leeuwen 2006; Aiello 2006). У њој је кључна идеја слојевитост значења. Конкретно нас занимају два слоја: денотативни (ко или шта је представљено) и конотативни (које идеје и вредности и на који начин су представљене). Денотација је буквално значење слике, док је

конотација (додато и културно кодирано) симболико или идеолошко<sup>3</sup> значење (Aiello 2006, 94). У смислу мимова, денотативни ниво је форма мима, конотативни је значење аутора или групе у којој се креће мим. Барт каже да слике никада нису „невине”, оне увек носе неку вредност са собом. Сви визуелни текстови су произведени с одређеним семиотичким задатком (Aiello 2006). Семиотички ресурси су тако организовани да нуде поље потенцијалних значења (полисемичност), а они бивају активирани продуцентима или конзументима слике (Jewitt and Oyama 2001, 135). Значења нису фиксирана, али нису ни неограничена. Оно што је често олакшавајућа околност у тумачењу мимова јесте пратећи текст, а неретко у страницама усидрени мимови имају и експликације у опису мима (аутора или делиоца мима). Иако Барт сматра да је денотативни ниво непроблематичан у декодирању јер је најчешће очигледан, не бисмо могли рећи исто за мимове и њихове форме, који могу бити високо интертекстуални са специфичним културним референцама. Због свега наведеног тежи се одговорима на одређена питања, као што су: Ко, шта и на који начин је представљено? Чије идеје и вредности су представљене и која порука се шаље? Каква моћ се врши и над ким? Коју емоцију буди? Како су елементи и семиотички ресурси позиционирани, који су односи између њих и шта привлачи пажњу посматрача? Где се мим креће и ко га дели? Да ли су познате и какве су реакције на мим? Интертекстуалност мима с другим (поп)културним аспектима? И тако даље.

Не мислим да, као што меметика налаже, мимови имају своју аутономну вољу (*agency*) већ да су вођени инерцијом фолклора или идеологије. Такође избегавам посматрање мимова биолошком логиком, јер она не рефлектује право стање ширења и употребе онлајн. Како каже Денисова, мимови су вирус, али вирус с избором (Denisova 2019, 186). Ово потврђује да је ипак људска активност кључан фактор. Виралност, како Шифманова (Shifman 2014) примећује, утиче само на то шта ће бити занимљиво као форма за модификацију и ремиксовање. Виралност не значи да ће копирано бити препознато као материјал за ремиксовање. За неке заједнице виралност и популарност не играју никакву улогу у избору мимова и мим формата, нити је нужно да за заједницу специфичан мим постане виралан инерцијом проточности интернета.<sup>4</sup> Стога сматрам да је традиционално методолошки најбоље пратити мим заједницу или порекло а не анализира-

<sup>3</sup> Барт конотативна значења која носе идеологију назива „митовима“. Мада, митове види као конотативни слој идеологије који бива пробуђен одређеним знаком.

<sup>4</sup> Вигинс сматра да интернет мимови почињу као медиј који има потенцијал да се преноси. Како постане ремиксовано и хуморизовано, постаје „растући мим”. Да би се успоставио као мим, мора да нађе своју критичну масу и разумевање (Wiggins 2019, 45).

ти само мимове, ако је то могуће, односно контекстом фолклорног стваралаштва, изведбе и трансмисије из перспективе њених ствараоца и преносиоца (Antonijević 2023, 12). Мим најчешће одзивања у заједници као у ехо комори и, ако је напусти, неко ће само скроловати даље. Међутим, ако неко разуме нишу, може се придружити групи. Познавање „језика”, тј, поседовање поткултурног и покултурног знања је битно за разумевање мима, што појачава хумористични ефекат и ствара осећај заједништва (Антонијевић и Банић Грубишић 2021, 415). Ниша (енг. *niche*) је термин који описује мимове који захтевају озбиљну писменост у мимовима, заједници, идеологији (поруци, искуству) или сва три заједно. Слично је „арго”. Зато што референца мима може бити у форми која је високо интертекстуализована с комплексном историјом развоја, специфична за једну интернет заједницу, и да се ослања на (офлајн) идеологију. Укратко, познавање колективне семиозе. На нама је задатак да разумемо управо ту нишу, јер она обухвата и мимове и заједницу; она је израз заједнице и њен идентитет. Оно што је ниша у интернет култури, у Фајновској терминологији је идиокултура, што је и критеријум припадности.<sup>5</sup> У буци интернет протока ниша је оно по чему се индивидуе препознају (Milner 2013a). Међутим, мимови често могу лутати у киберпростору. У том случају треба пратити реакције и узроке виралности.

Пошто су мимови окарактерисани с правом као хибридна појава, свакој форми, теми и жанру мима у анализи треба приступити пажљиво. Нарочито за религијске мимове, који захтевају познавање много ширег контекста од интернет миметике и фолклора. У анализи мимова Вигинс сматра да је најбоље почети од форме, а затим следи повезивање садржаја и тачке гледишта, а потребно је копати дубље да би се дошло до идеолошких импликација (Wiggins 2019, 17, 19). Пошто су мимови интертекстуални, потребно је уочити и деконструисати слој по слој. Сваки слој може бити садржалац семиотичког кода, а на публици је да декодира.

## Прикупљени садржај

Банић Грубишић наводи Милнера (Milner 2016) који истиче да у антрополошком проучавању дигиталних друштвених медија потребно их је интерпретирати у локалном контексту (Banić Grubišić 2023, 13). Метода скупљања је, дакле, пресретање мимова у „српском” киберпростору. Пре-

<sup>5</sup> Ниша је оно што у сликовној граматици Крес и ван Леувен називају оријентацијом апстрактног кодирања (Kress, and van Leeuwen 2001, 165-6) у смислу модалитета, док је натуралистичко нешто што било који члан културе може протумачити.

порука је да се не интерпретира један мим већ корпус, а што се тиче религијских мимова тематски се оријентисати ради бољег разумевања живљене религиозности унутар дигиталног контекста (Bellar et al. 2014, 21). Православне мимове сам прикупљао три године пратећи странице на друштвеним мрежама компаније Мета (Фејсбук и Инстаграм) које су тематски православне, и скупљајући мимове који се крећу по интернету независно од страница. Пошто је интернет један привидно бесконачни простор, али с великом вероватноћом заглављивања у ехо комори, нетнографија је најбоља када је фокус на једној или неколико мањих виртуелних заједница (у овом случају мим страница), или других киберпростора где се деле такви садржаји. У раду су представљени и анализирани примери које сматрам репрезентативним за издвојене доминантне корпусе. Ради научне објективности наглашавам да сам се ставио у позицију просечног посматрача, имитирајући пасивне кориснике садржаја. Мим је меморисан ако се појави у „фиду”, без активног тражења. То не искључује активно посматрање мим заједница и страница. Свакако је фокус на анализирању садржаја. Антропологију не занима индивидуална идеја уметника већ културни артефакт, али и порука и доживљај поруке. Антрополог разумева ту комуникацију кроз контекст којим је одређена (Žikić 2010, 22-23).

## Анализа

Мимови су првенствено облик комуникације младих људи и дигиталних урођеника и, тумачећи њихов свакодневни језик, можемо много сазнати о њима, односно у нашем случају о томе како појме своју религиозност или шта мисле о православљу (било да су атеисти или не).

Главна тематска подела је на основу тога о каквом се православљу говори; прве две групе мимова су афирмативне:

- А) Као израз догматике, црквеног православља, често проповедачким стилем, с ретрадиционализујућом интенцијом;
- Б) Као израз народног православља, фолклора, културних специфичности православља у Срба, паганских елемената и сл. И, трећа категорија која је својствена критичарима (верницима) и атеистима:<sup>6</sup>
- В) Критика СПЦ и религиозности.

---

<sup>6</sup> Рецимо, критика која у потпуности одбацује веру долази од атеиста (углавном тако оријентисане странице их деле), док мимови који критикују лицемерје, богатство и корупцију цркве могу долазити и од њених верника. Мимови су полисемични и у њима се могу пронаћи обе групе, али и да нађу њима инхерентно значење.

Ова подела је у неку руку жанровска. Шифманова (Shifman, 2014, 99-100) сматра да мимови делају и кроз жанр (и поджанр) као друштвено препознати тип комуникације. Сваки жанр дели структуру и стилске одлике, теме, па и публику.

Оно што је кључна разлика између прве две врсте (иако и овде има доста подгрупа) је што прва ставља нагласак на правоверство и учвршћивање (повратак) вере, док друга говори о посебности српског православља, а уз то више ставља нагласак на хумор. Наглашена разлика је у конотативном и денотативном нивоу између њих. Фолк мимови користе оба слоја кодирања како би постигла хумористични ефекат и често су разигранији у денотацији. Слично је и с трећом врстом. Прва врста се не ослања толико на хумор и користи ригидније форме управо зато јер говори о супериорности. Због природе анонимног мим постовања тешко је тврдити да иза првих стоји „црква” или нека институција, али чињеница је да је интернет сфера у којој се преговара моћ и идентитети. Неке странице ретрадиционализујуће оријентације су делиле мимове које су против студентских блокада (и критиковали су студенте ДУНП-а на верској основи). То може да имплицира да иза њих стоје институције. Међутим, управо та анонимност омогућава учешће без последица у онлајн свету (које су врло реалне ако узмемо у обзир црквени суд), што отвара врата мимовима треће категорије, који каткад долазе и од теолога.

Први израз можемо посматрати као једну парадоксалну реакцију на слабљење граница традиционалне религиозности и употребом за то заслужних технологија у сврхе ретрадиционализације и преумљења. Тако је интернет простор где интерагују и преговарају стари и нови извори интерпретација (Campbell 2012, 17). Једно од објашњења зашто је акценат ових мимова на ретрадиционализацији је у стварању веза с традицијом због велике дезоријентисаности, а често су тема управо нове технологије и живот с њима (Campbell 2010).

Већина православних страница на друштвеним мрежама користи форму сликовног макроа који је карактеристичан за мимове, али просечни прозумери не би никада рекли да је у питању мим. Да би се мим разликовао од сличних садржаја потребно је да поседује одређене атрибуте: Визуелан садржај, интертекстуалност, културна специфичност, светоназор/став, виралност и могућност имитације и развоја (Molina 2020) и, додао бих, можда најважније у овом контексту – хумор. Такви садржаји који често личе на мотивационе поруке немају почетну намеру „мимовања”, већ користе познату естетски погодну форму за друштвене мреже. Овде је битно да напоменем да добар део садржаја с православном тематиком јесте овог типа, док је мим знатно мањи. Такође, странице које постављају такве садржаје привлаче много већу публику (најчешће старију популацију која није скло-

на конзумирању мимова). Мим странице с православним мимовима су с малом базом пратилаца, док странице које се баве другим тематикама, а понекад поставе неки с православном тематиком, углавном постављају мимове наведеног другог типа. Дакле, наш фокус су аутентичне форме мимова, јер оне представљају експресивну културу њених произвођача (углавном младих).

### *Chad православца*



„Чед” мимови су најзаступљенији формат у корпусу традиционалистичких мимова. Њима посвећујем посебну пажњу, јер су догматски и афирмативни, али и најконтроверзнији. Притом, њихова форма није лако разумљива. Алгоритам компаније Мета фаворизује интеракције и оптимизован је за оно што се колоквијално зове навлачење беса/ примамљивање бесом (енг. *rage baiting*, у сродству с речи *click-baiting*). Као и у класичним медијима, контроверза значи гледаност, те садржаји и мимови који кокетирају у том правцу чешће стичу виралност.

„Вирџин/Војак против Чеда”<sup>7</sup> мимови се служе бинарном идеалтипизацијом, хумористичким пренаглашавањем опозита (често уз подругљивост), засновано на маскулиним идеализацијама (и њеном контром). Чед инсинуира све оно што ваља и како би требало да јесте. Најчешћа употреба овог мима је у наглашавању идентитетских разлика (унутар или ван групе), успостављању епистемичке сигурности и националистичких и маскулиних идеја (Postigo-Fuentes 2025). Скорија истраживања о десничарском популизму показују да играју на карту истих емоција као и ова врста мимова (Gianolla et al. 2024). Овакве класификаторне структуре представљају учеснике у смислу њиховог места у статичком поретку.

Страница која је међу првима почела с Чед мимовима се буквално зове @ced.pravoslavac. Чед, гигаћед, али и јес (енг. *Yes*) чед у интернет култури

<sup>7</sup> <https://knowyourmeme.com/memes/virgin-vs-chad>

и сленгу је постао својеврстан архетип самоуверења, самопоуздања, доминације и идеолошке супериорности (Monti 2025). У интернет сленгу, који се прелио и офлајн, користи се придев „базирано” (енг. *Based*) да опише те квалитете, или само „чед”. Појављује се у форми алфа мужјака, с пренаглашеном мускулатуром и стоичким манеризмима, незаинтересован за мишљење околине. Форма чед мима са својом хијерархијском поставком претендује да успостави висок ниво модалитета, представљајући се као (једина) истина. У левом и десном миму видимо класичан пример коришћења хипермаскулине форме у успостављању наратива јаке заједнице и исправности поступака. Леви мим сигнализира да само прави („базирани”) мушкарци иду на веронауку, стварајући позитиван и оснажујући осећај припадништва таквој групи, али и жељи да се постане такав. Десни мим је јасна критика на усвајање западних вредности и њених јунака у жељи да се млади поврате „правим” јунацима. Премда у левом миму нема Војака, он је имплициран самим тим што је фокус на Чеду, што конотира децу која иду на грађанско, или атеисте.

Чед и Војак је првобитно био јукстапозирајући поларизовани диптих, а све форме које су се изродиле из тог мима прате исту структуру, укључујући и видео формате. Позиционирање мима за читање слева надесно није произвољно. Осим што се „случајно” идеолошки позиционира, у традиционалној визуелној семиотици десно позиционирање је увек супериорније и/или морално исправније. Крес и ван Леувен кажу да позиционирање лево-десно често поставља лево као познато и дато, док је десно ново и изазивајуће, нешто на шта посматрач мора да обрати посебну пажњу. Прозумери оваквих мимова желе да изразе традицију као изазов и алтернативу постмодернизму и његовим вредностима. Када је „базиран”, чед гледа у даљину, када конфронтира, гледа директно у војака, а може и да разбија четврти зид гледајући директно у посматрача (Крес и ван Леувен то називају „захтев” – *demand*), ауторитативно очекујући реакцију – форма традиционално коришћена у позивима за војску и рат. Оно што је такође упечатљиво јесте непривлачан и безбојан изглед војака и привлачан и обојен лик чеда, који је притом и плавшан (што говори о пореклу и контексту супериорности беле расе).<sup>8</sup> Бинарна структура ових мимова је холограм логике религије. Монотеистичке религије су често нетолерантне и склоне насиљу према другим религијама. Ексклузивистички ставови учвршћују опозицију ми-они (Elsner 2025, 137), а и СПЦ (у незваничним каналима) је склона том истом разликовању (Jovanov 2017).

<sup>8</sup> Чед плавшан јесте оригинална форма, али постоје разне варијације које укључују друге боје коже и етничитете. Пошто је лик цртан у програму *MS Paint*, свако може да направи своју верзију у два корака.

Некада хумор не игра толику улогу као релација коју мим ствара (Wieneke 2024, 14). Осећај разумевања уске нише мима, као и група у којој се дели исти осећај чини важност мима. Што више напора у декодирању треба, то је занимљивији мим, то је већи осећај припадништва заједници. Сва три мима немају наглашен циљ евоцирање хумора (осим средњег који је ругајући), већ функционишу у домену емотивног: нормативна валидација; осећај припадништва идеализованој заједници; прокси оснаживање; естетско задовољство; активација културних и хришћанских архетипа мушкости; понос и сл. Буђење оваквих емоција је карактеристична људска реакција на сличне или исте симболе које налазимо у уметности, митовима, религији и не мора нужно бити пропаганда или нарцисизам. У горенаведеним примерима у Западним земљама овакви мимови се користе управо у супротне сврхе и то може бити проблематично и у нашем случају. Сва три примера поларизују и у том смислу су, према Денисовој, политички мимови. Дигитална култура често појачава опресивне идеологије (Milner 2013b), а овакви мимови претендују да буду највидљивији.

Овај формат и његове варијације, заједно са сродним мимовима, као што су „пепе” и „чимс”, које видимо у средишњем миму су најчешће употребљавани и ремиксовани с контекстом православља. Што значи да је на снази процес семиотизације (Kress i van Leeuwen 2001). Чед служи да опише не само православца него и Србина. Федун (Fedun 2025) је, бавећи се америчким конвертитима у православље, увидео интернет и православне мимове као значајан фактор у конверзији. Православна теологија се користи у „културним ратовима” као идеологија. Ортоброксија, како ју је аутор назвао, јесте симптом ретрадиционализације међу православним конвертитима (бивших протестаната). *Orthodox chad* мимови су вероватно директно утицали на исте код нас, јер је главна идеологија ове врсте меметичког изражавања симптом постмодерног национализма и покушаја ретрадиционализације друштва. Очигледно је и симптом кризе маскулинитета.

Није чудно што су се лако закачиле овакве форме и наративи, јер је православље свакако патријархално, а хришћанство у својој природи нагиње вођењу метафизичког ратовања (Juergensmeyer 2003). Иако је хришћанство пацифистичка религија, православље користе обе стране Украјинског рата у рационализацији насиља (Elsner 2025), а таква реторика се прелива на остатак православног света. Међутим, не користи се само православље *per se* у овим мимовима, већ православље у оквиру српске традиције.

Према Радисављевић Типразиновић Српско православље функционише у великој мери као традиционална везаност — обредна и идентитетска — а не као активна доктринарна религиозност. Ова традиционална димензија, коју Јеротић раздваја на продуктивно предање (које се обнавља) и стерилни традиционализам (који не зна за промену), управо је онај оквир у

ком православни мимови проналазе своју публику. Мимови се не обраћају теолошки образованом вернику, него онима за које је православље пре свега маркер идентитета и припадности. Притом, свођење православља на етнички и национални симбол (оно што Биговић назива етнофилетизмом) представља одступање од суштине православне вере, а управо то одступање чини мимовски садржај идеолошки употребљивим. Ауторка документује да је у Србији током деведесетих дошло до видне ревитализације религије, али не у облику постмодерне индивидуализоване духовности, него у облику повратка вери предака и реафирмације традиционалне религијске институције (Radisavljević Ćiprazinović 2006). Ово је контекст у ком православни мимови настају: они су дигитални израз управо те ретрадиционализације.

Натурализација идеја се постиже фреквентношћу мимова и кружењем у публици/заједници. Константно кодирање и декодирање медија, у Холовом смислу (Hall 2001), одомаћује идеје које временом постају „здрав разум”<sup>9</sup> њених прозумера. Фреквентност постиже стварање семиотичке тежине форме или стила. Дакле, православни мимови репродукују тренд истих другде у свету, али и религијских мимова (поготово с *trad* темом) уопште, нарочито с конзервативним и десничарским ставовима. Тиме што и они улазе у Холов кружни процес, прихватају и вредности иза тих мимова. Хумор служи и као вео којим се прикривају расистички, шовинистички ставови и као акт грађења заједништва (Topinka 2018), поготово што стабилизује архетипе и утврђује опозит Другог (Postigo-Fuentes 2025). Другог ословљава као проблем, девијацију, а себе/групу афирмише као решење. Што је јасно из примера средишњег мима који је коментар на политичко питање у Црној Гори поводом устоличења митрополита Јоаникија 2021. године у Цетињу, који је морао бити превезен хеликоптером услед блокада и демонстрација. Лева два војака представљају „милогорце” и „усташе” на блокади, док су десно (Јоаникије) чед и пепе.<sup>10</sup> Могуће да је употреба овог формата мобилизација деснице, што је слично рађено у САД-у. Питање је било мање политичке природе а више идентитетске (националне и религијске), што се може видети из православних мимова тог периода, који рефлектују тадашњу друштвену кризу.

Мимове треба разумети у политичком смислу, без обзира што су углавном хумористични, јер идентитет не постоји у вакуму већ је у директном односу са контекстом који често зна бити политичке и идеолошке (Phillips and Milner 2017, 196). Ово је нарочито битно у контексту ових православ-

<sup>9</sup> Овакво „споро кување жабе” је примећено на форумима, као што су 4chan, где мимови играју велику улогу у радикализацији ставова (Crawford et al. 2021).

<sup>10</sup> Пепе је мим који се одомаћио код крајње деснице у САД-у и свету.

них мимова, јер је циљ охрабрење прозумера у имању истих православних уверења, а често је модерна култура која потискује традицију представљена као антагонистичка.

Иако није очигледан у овом корпусу, хумор можемо видети као битан моменат пропаганде јер „отвара врата”. Хумор је познат „ледоломац” и служи као врста афирмације, макар несвесно. Употреба хумора у продукцији религијских мимова ствара осећај заједничарења и афирмише поруке. Прозумеризам такође чини „индоктринацију” мање уочљивом, јер особа види мим као одраз њиховог става. Мимови стварају илузију да нису идеологизирани, јер се стварају у тзв. слободном простору, где припадност, агенда, идеологија и друге детерминанте нису на прву уочљиве, нити се могу тек тако повезати с извором настанка. Вигинс каже да су мимови семиотички конструисани интертекстуалним референцама како би пренели одређену идеологију (Wiggins 2019, 9). Аргумент мима је обично, ако не и увек, део одређене идеолошке праксе (Wiggins 2019). Појединци се у киберпростору путем стварања и шеровања мимова удружују ради изражавања ставова и уверења (Denisova 2019, 11). У случају неких православних интернет мим страница друштвене мреже, као што је Инстаграм, служе само ради „прикупљања” пратиоца, док се права комуникација одвија на дискорд серверима и телеграм групама.

Буроуз и Фелер кажу да су мимови као метоними есенцијални у религијској пракси онлајн, јер су метонимски ланци уграђени у свакодневну праксу одржавања друштвених односа. Они одржавају заједнички вредносни систем, а служе и као исказивање вредносног система умреженим заједницама, што се најчешће дешава кроз „шер” или „лајк” (Burroughs and Feller 2015, 373). Мимови, дакле, служе као исказ и као свакодневна пракса, било да се креира или дели. Шер као ехо мима функционише и као „акт сагласности”, а у терминима Батлерове представља перформативни акт и ствара норму преговарања. Слагање с нормом ојачава колективне границе и појачава њихову транспарентност као „нормалну” (Gal et al. 2016, 3).

### *Фолк облици*

Друга врста представља израз живљене религиозности (McGuire 2008; Hall 1997), јер се, за разлику од прве групе, не бави догматиком, правоверјем и маскулиним формама вере већ на шаљив начин коментарише специфичности домаће религиозности.

Овакве мимове углавном производе и деле неправославне странице које имају тематску општост. Странице могу бити скупљачи мимова, што претрагом, што кроз фан базу/заједницу која креира мимове и шаље страници. Каткад те ствари нису очигледне и да се претпоставити да иза стра-



нице стоји једна особа која види мимове као личну експресију, из економских разлога, а каткад постоји и нека агенда иза странице (Denisova 2019), што је најчешће случај с првом групом. Фолк мимови конотативно зависе од локалног контекста (тешко да га могу разумети неправославни и несрби), али у односу на прву групу покрива интерес много шире популације и најчешће се дели управо због хумора и релевантности. Можда парадоксалан, али прва група је сличног порекла и може допрети много даље, било где у хришћанском свету где има верског фундаментализма, чак и међу католицима. Три изложена мима могу наћи симпатије међу балканским народима, али не даље од тога.

Рецимо, леви мим је подељен уочи Божића (сличан мим постоји и с јајима за Ускрс). У њему видимо попкултурну референцу на филм *Лице с оживљом*, када протагониста стоји на врху богатства и моћи и у моменту када почиње његово пропадање због тога. Само што у овом миму уместо кокаина стоји руска салата. Ово је денотативно јасна алузија на претеривање с храном за светковине. Конотативно се може читати на више начина, фундаменталисти могу критички као прождрљивост; просечна особа шаљиво јер асоцира на празнично расположење. Средишњи мим са смерним и богобојажљивим „чимс” псом (*cheems doge*), форма која ставља протагонисте у ироничне ситуације, управо конотира хипокризију односа просечног човека према светом. Приступајући религији само по личној потреби и нахођењу. Занимљиво је да чимс формат често иде уз „напуцаног пса” (*swole doge*) и скоро је истоветна форма с војак-чед мимом. Међутим, комбинација са псима је често мање оштра и поларизујућа и понајпре поређењем ставља акценат на хумор и иронију, а не на поларизацију. Десни *adios* мим овде представља демоне који одлазе кроз портал/црвоточину због праксе куцања у дрво. Исто као и средишњи на шаљив начин показује магијско и сујеверно размишљање просечног верника. У миметици, пракса куцања у дрво је исто мим и овде имамо „мета” слој хумора у ком се даје визуелна презентација праксе. Денотација је познати

интернационални мим формат, а текст помаже у конотацији. Овде имамо пример спајања старог и новог у фолклору, што је често случај с оваквим фолк мимовима. Ричард Бауман пише: „Традиција, дуго сматрана кључним обележјем фолклора, све мање се посматра као унутрашње својство старих и постојаних елемената или жанрова који се преносе с колена на колена, а више као симболичка конструкција којом људи у садашњости успостављају везе са смисленом прошлошћу и приписују културним облицима вредност и ауторитет” (Bauman 1992, 128).

Ова три мима су лако разумљива зато што су представа живљене религиозности просечног човека. Оно што можемо видети из овог корпуса мимова јесте како људи доживљавају свој и однос заједнице према религијској традицији и колико се разликује од првог корпуса. Први корпус можемо видети и као реакцију на овакве мимове и однос према вери. Просечан прозумер ових мимова припада ономе што се у нашој религиолошкој литератури назива верником четири обреда (Pavićević 2025). Мимови омогућавају стављање нових значења културним артефактима и фрагментисање метанаратива ради лакшег разумевања које у исто време и потврђује метанаратив (Bellar et al. 2014, 17-18). По овим целинама ми јасно можемо разликовати прозумере црквеног православља и народног православља. Фолк мимови кроз хумор више наглашавају колективне идентитетске аспекте народне религиозности, док друга група критикује оншалатни приступ и позива к правоверству, било кроз хумор или друге емоције као што је срамота. Шифманова такође примећује потенцијал и употребу мимова у политичком заступању и као форма убеђивања (Shifman 2014, 112). Она такође каже да је интернет хумор ретко када субверзиван и да корисници воле да се ослањају на конзервативни хумор. На основу изложеног, можемо рећи да је дезигнирани „фолк” облик стварно народски израз – живљена религиозност, док прва група има јасну идеолошку агенду.<sup>11</sup>

### *Критички облици*

Мимови који критикују религију су најчешћи облик религијских мимова (Campbell et al. 2018). И први и други тип имају своје слојеве критичког читања. Међутим, неке мимове можемо издвојити као искључиво критичке и најчешће политичке. У већини случајева ако је мим критичан, упућен је главној институцији – СПЦ. Често су у улози мима карикатуре познатих медија и јавни коментари.

Милош Јовановић је анализирао хумор о СПЦ у јавно доступном садржају, укључујући и мимове (Jovanović 2025). Хумор о СПЦ било које вр-

<sup>11</sup> Треба напоменути да се често админи таквих страница похвале да су теолози.



сте углавном је критички и усмерен је на лицемерје институције и њених челника (најчешће педофилија, богатство, раврат), догматизам, корупцију, утицај политике итд. Он види хумор и сатиру као симболичку борбу против хегемоније. Хумор је уједно „издувни вентил”, али и огледало у коме видимо (разочарења и) очекивања народа од те институције која намеће своје морално и духовно вођство (Jovanović 2025, 91). Пример тога је доњи десни мим, који нам говори о неиспуњеним очекивањима да се црква бави релевантним друштвеним питањима. Он цитира Бергера, који каже да хумор некада више открива о друштву него бројни научни радови. Можемо се послужити виђењем Денисове (Denisova 2019) зашто су овакви наративи јаки. Мимови су поливокални (Milner 2013a) и то се уклапа у хетероглосију карневала, како Бахтин описује – могућност да се без последица чује алтернативни дискурс. Интернет мимови су материјализација у попкултурном и фолклорном кључу колективних разговора и дебата (Banić Grubišić 2023, 65). Они конструишу јавне разговоре/дебате у којима могу учествовати сви. Званични медији су недовољно отворени да би се чули сви гласови. Други гласови се не могу чути ни унутар цркве, што нам говори горњи мим, јер према миму све званичне изјаве изгледају као да су писане у провладиним медијима. Овде се поставља питање: ако је хумор, као што многи претпостављају, инхерентно антиауторитаран, да ли је прва група мимова хумор уопште, јер је проауторитарна?

Денисовој су испитаници (мим инфлуенсери) рекли да је формат мима најлакши за конзумацију и лак за разумевање у односу на традиционалне медије. Многи се преко мимова информишу о дешавањима и формирају

ставове на основу вредности које нуде. Пример су протестни транспарентни у првим налетима студентског бунта, који су прилично под утицајем интернет мим културе. Мимови итекако могу бити протестни и политички фолклор (Banić Grubišić 2023, 145). Највише мимова (па и оних који су презентовани овде) настају у време политичких и друштвених криза. Мимови и протести константно утичу једни на друге и у том кружном процесу се каткад нађу и православни мотиви. Пример је мим доње леве слике која следи карневалску логику, који је настао због изјаве председнице Народне скупштине Ане Брнабић: „Јутрић, кафица, цигарица, блокадица”. Тај мим је онда ушао у протестни вокабулар, па је ремиксован као транспарент од стране свештеника учесника протеста у „јутрић, литургијица...” То опет постаје мим чији је циљ да прикаже како нису сви верници и челници против блокада и протеста. Дobar пример да су мимови увек недовршени и како пролазе кроз време, заједнице и медије мењају своје форме и значења.

### *Мање очигледни утицаји*

Шеровање мимова који служе као лингва франка је већ својствена пракса која ствара онлајн колективе (Milner 2013a). Цитирам Џоста, који за мимове каже да су „машине које производе заједнице” (Jost 2022, 133). То што није у питању физички простор, не смета стварању снажног заједништва (Baum 2010). Дакле мимови имају идентитетске ефекте, као што су припадање заједници и повезаност с другима, групна валидација и информисаност (Banić Grubišić 2023, 136). Онлајн је продужетак офлајна (Papacharissi 2002). Као што људи теже сличнима у реалности, тако и у виртуелном свету.

Карактеристична појава је проширивање мим заједнице ван оквира друштвених мрежа, где је присутна само флукуација садржаја и реакције на исти. Најчешћи облик умрежавања је кроз платформе као што су *Telegram* и *Discord*, који омогућују шири (и анонимнији) облик интеракције (у односу на класичне друштвене мреже), али социјализација не напушта оквире сајберсфере. Тако ови простори сви заједно формирају својеврсно виртуелно треће место. Познати су као платформе где су много веће слободе изражавања и где се најчешће „скупљају” десничари.<sup>12</sup> Ово је примећено само за први корпус. Ту се мање деле мимови, а више разговара о православљу и религијској пракси, уз повремене коментаре на актуелна дешавања. Припадност се стиче познавањем конвенција мима у датој мим култури (Nissenbaum i Shifman 2017, 497). Ниша мима наводи на страницу, а страница у формацију других врста виртуелних заједница.

<sup>12</sup> <https://www.npr.org/2018/11/05/660642531/right-wing-hate-groups-are-recruiting-video-gamers>

Природа мим медија је таква да омогућава брзу дисеминацију и њихови утицаји су много већи него што можемо претпоставити и овде разматрати. Стога није изненађујуће да их користе као алат они са жељом да пропагирају нешто. Постати власник мем странице и креатор мимова носи одређену политичку и економску моћ, коју многи стратешки теже да остваре (Mihăilescu 2024). Политичку, јер су свесни каквог утицаја мимови имају на јавни дискурс а економску, због њиховог маркетиншког домета. Било да продају туђу или своју робу (нешто што се могло видети на тим страницама, јер копирају и садржаје и робу) или да наплаћују оглашавање.

### Завршне речи

Ако питамо Кемпбелову (Campbell 2012), појава религијских интернет мимова (блиско концепту који она назива „умреженом религијом“) је рефлексија промене религиозности офлајн и тренда преласка религије у сајберсферу, а карактеришу га умрежено заједништво, исприповедани идентитети, променљиви ауторитет, конвергентна пракса и вишемесна стварност и флексибилност уопште (афилијације, конструкције идентитета и сл.). Ове карактеристике нису искључиво за религиозност већ представљају уобичајене промене касне модерне услед уплива интернета у друштвене сфере.

Анализа показује да ови дигитални артефакти далеко превазилазе домен пролазне онлајн забаве и представљају значајан облик савременог дигиталног фолклора и огледало друштвених прилика. Као хибридна форма која спаја визуелне, текстуалне и интертекстуалне ресурсе, мимови функционишу као медиј кроз који се артикулишу, преговарају и нормализују различити облици религиозности, идентитета и идеолошких позиција у савременом српском друштву. Радисављевић Ћипразивих наводи одређење традиције Милета Савића као „утврђен и вредносно одређен начин учествовања једног друштва у историји“ и наглашава да постоји **могућност реинтерпретације и реконструкције традиције**, нарочито у временима дубоких друштвених промена (Radisavljević Ćiprazinović 2006, 32). Кад „интерпретације традиције теже да замене саму традицију“, то је знак кризе. Мимови су управо такав случај. Они нису сама традиција, него њена дигитална реинтерпретација.

Треба имати на уму пролазност мимова и мим трендова. Оно што сигурно могу да закључим пратећи православне мимове већ неколико година јесте слаба вирализација мимова ван специфичне циљне групе и за нијансу већа популарност мимова који се односе на народну религиозност, нарочито критички мимови. Рецимо, чед форма је у благом паду, али је служила

сврси мобилизације, и полако прелази на едукативни карактер. Пошто је интернет отворен и наизглед безграничан простор, а видели смо да православни мимови прате глобални тренд и често дословно копирају мимове или идеолошке поруке, сматрам да поред друге две категорије нема много аутентичних изражаја. Циљ таквог ремикса, који је само превод на ћирилицу, доима се неком мобилизацијом истомишљеника (што видимо преласком у виртуелне просторе заједничарења). Али, резонантност је најбоља одлика мима, нарочито ако креира колектив (Milner 2016).

Овај хибридни жанр као све учесталији феномен (а међу дигиталним урођеницима можда и најдоминантнији) својом праксом у дигиталном простору оснажује умрежавање и представља прави фолклор који мора да завређује пажњу антропологије. Политичка употреба православних симбола, као и клишеи и стереотипи о православљу, нису оригинално меметски производ, већ су дугорочни образац у популарној култури и новијој политичкој историји Србије (Čolović 2000). Банић Грубишић сматра да је херитолошки значај интернет мимова вишеструк, јер аутохтоност локалних садржаја приказује актуелне теме и расположења цајтгајста, само у дигиталном облику (Банић Грубишић 2023, 161). Неки будући дигитални археолози ће моћи да разумеју стање нашег друштва преко ових дигиталних артефаката. Овакав рад би требало да им олакша и понуди једну врсту читања. Следећи корак у овој теми би била искуствена студија прозумера религијских мимова, као и дубинско истраживање заједнице која је створена преко мимова.

### Изјава

Потврђујем да је поднети чланак резултат оригиналног и независног академског рада аутора, заснованог на мом сопственом интелектуалном напору, анализи и интерпретацији.

Током припреме овог рукописа аутор је користио АИ алатку „Claude” (claude.ai, verzija: Sonnet 4.6) за превод апстракта на енглески и за помоћ при уређивању ради побољшања граматике и читљивости.

Аутор је прегледао и ревидирао све резултате из ових алата и преузима пуну одговорност за коначни садржај рада.

### Reference

- Aiello, Giorgia. 2006. “Theoretical Advances in Critical Visual Analysis: Perception, Ideology, Mythologies and Social Semiotics”. *Journal of Visual Literacy* 26(2): 89–102. <https://doi.org/10.1080/23796529.2006.11674635>
- Antonijević, Dragana. 2023. *Antropologija folklora*. Beograd: Odeljenje za etnologiju i antropologiju Filozofskog fakulteta Univerziteta u Beogradu i Dosije studio.

- Antonijević, Dragana i Ana Banić Grubišić. 2021. „Samo sapun Srbina spasava’– humorističke po(r)uke o higijeni tokom Kovid–19 pandemije u Srbiji”. *Savremena srpska folkloristika* 9, uredili Sikimić, Biljana, Branko Zlatković i Marija Dumnić Vilotijević, 397–418. Beograd: Udruženje folklorista Srbije.
- Banić Grubišić, Ana. 2023. *Internet mimovi između folkloru i popularne kulture*. Beograd: Univerzitet, Filozofski fakultet, Odeljenje za etnologiju i antropologiju; Dosije studio.
- Bauman, Richard. 1992. “Contextualization, Tradition, and the Dialogue of Genres: Icelandic Legends of the Kraftaskald”. In *Rethinking Context: Language as an Interactive Phenomenon*, edited by Alessandro Duranti and Charles Goodwin, 125–146. New York: Cambridge University Press.
- Baym, Nancy. 2010. *Personal Connections in the Digital Age*. Cambridge: Polity Press.
- Bellar, Wendi, Heidi Campbell, Kyong Cho, Andrea Terry, Ruth Tsuria, Aya Yadlin and Jordan Ziemer. 2014. “Reading Religion in Internet Memes”. *Journal of Religion, Media & Digital Culture* 2 (January). <https://doi.org/10.1163/21659214-90000031>.
- Burroughs, Benjamin, and Gavin Feller. 2015. “Religious Memetics: Institutional Authority in Digital/Lived Religion”. *Journal of Communication Inquiry* 39 (4): 357–77. <https://doi.org/10.1177/0196859915603096>.
- Campbell, Heidi (Ed.). 2013. *Digital religion: Understanding religious practices in new media worlds*. New York, NY: Routledge.
- Campbell, Heidi. 2012. “Understanding the relationship between religious practice online and offline in a networked society”. *Journal of the American Academy of Religion*, 80(1): 64–93. <https://doi.org/10.1080/23808985.2017.1374200>
- Campbell, Heidi. Lane Joiner, and Samantha Lawrence. 2018. “Responding to the Meme-ing of the Religious Other”. *Journal of Religion and Communication* 14(2): 27–42. <https://doi.org/10.3390/rel12090787>
- Crawford, Blyth, Florence Keen and Guillermo Suarez-Tangil. 2021. “Memes, Radicalisation, and the Promotion of Violence on Chan Sites”. *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media* 15 (1):982–91. <https://doi.org/10.1609/icwsm.v15i1.18121>.
- Čolović, Ivan. 2000. *Politika simbola*. Beograd: XX vek.
- De Seta, Gabriele. 2020. “Digital Folklore”. In *Second International Handbook of Internet Research*, Edited by Jeremy Hunsinger, Matthew M. Allen and Lisbeth Klastrup, 171–183. Springer
- Denisova, Anastasia. 2019. “Internet Memes and Society: Social, Cultural, and Political Contexts”. *Routledge Advances in Internationalizing Media Studies* 25. New York: Routledge.
- Donovan, Joan, Emily Dreyfuss and Brian Friedberg. 2022. *Meme Wars: The Untold Story of the Online Battles Upending Democracy in America*. New York: Bloomsbury Publishing.
- Elsner, Regina. 2025. “The Role of Orthodoxy in Ukraine’s Response to War: From Politics to Theology”. *Canadian Slavonic Papers* 67 (1–2): 129–46. <https://doi.org/10.1080/00085006.2025.2500198>
- Fedun, Basil. 2025. *Orthobros and orthobroxy: digital colonialization of Eastern Orthodoxy*. Master thesis. University of Texas at Austin.

- Gal, Noam, Limor Shifman, and Zohar Kampf. 2016. “‘It Gets Better’: Internet Memes and the Construction of Collective Identity”. *New Media & Society* 18 (8): 1698–1714. <https://doi.org/10.1177/1461444814568784>.
- Gianolla, Cristiano, Lisete Mónico and Manuel João Cruz. 2024. “Emotion Narratives on the Political Culture of Radical Right Populist Parties in Portugal and Italy”. *Politics and Governance*, 12, Article 8556. <https://doi.org/10.17645/pag.85563>
- Hall, David D. 1997. *Lived Religion in America: Toward a History of Practice*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Hall, Stuart. 2001. “Encoding/decoding”. *Media and cultural studies: Keywords*, 2. <https://blog.richmond.edu/watchingthewire/files/2015/08/Encoding-Decoding.pdf>,
- Jenkins, Henry. 2006. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. NYU Press.
- Jewitt, Carey and Rumiko Oyama. 2001. “Visual meaning: A social semiotic approach”. In *Handbook of visual analysis*, edited by T. van Leeuwen and C. Jewitt, (134–156). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Jost, François. 2022. *Est-ce que tu mèmes?*. Paris: CNRS Editions.
- Jovanov, Lazar. 2017. “Serbian Orthodoxy Between Traditional and Universal Values: Discourse Analysis of the Journal *Orthodoxy*”. *Sociološki pregled* 51 (1): 135–156. <https://doi.org/10.5937/socpreg1701135J>
- Jovanović, Miloš. 2025. “Humor Against Hegemony: Irony, Satire and Parody Aimed at The Serbian Orthodox Church”. *The Sociological Annual (Годишњак за социологију)* 21 (34): 71–95. <https://doi.org/10.46630/gsoc.34.2025.05>.
- Juergensmeyer, Mark. 2003. *Terror in the Mind of God: The Global Rise of Religious Violence*. 3rd ed. Berkeley and Los Angeles: University of California Press.
- Knobel, Michele and Colin Lankshear. 2007. “Online memes, affinities and cultural production”. In *A New Literacies Sampler*, edited by Knobel, M. and C. Lankshear, 199–227. New York: Peter Lang.
- Kozinets, Robert. 2010. *Netnography: Doing Ethnographic Research Online*. London: SAGE.
- Kress, Gunther and Theo van Leeuwen. 2006. *Reading images: The grammar of visual design*. (2nd ed.). London: Routledge.
- McGuire, Meredith B. 2008. *Lived Religion: Faith and Practice in Everyday Life*. New York: Oxford University Press.
- Mihăilescu, Michaela-Georgiana. 2024. “Never Mess With the “Memers”: How Meme Creators Are Redefining Contemporary Politics”. *Social Media + Society*, 10(4). <https://doi.org/10.1177/20563051241296256>.
- Milner, Ryan M. 2013a. “Media Lingua Franca: Fixity, Novelty, and Vernacular Creativity in Internet Memes”. *AoIR Selected Papers of Internet Research* 3 (October).
- Milner, Ryan. 2013b. “Hacking the Social: Internet Memes, Identity Antagonism, and the Logic of Lulz”. *The Fibreculture Journal* 22.
- Milner, Ryan. 2016. *The World Made Meme: Public Conversations and Participatory Media*. Cambridge: The MIT Press.
- Molina, Maria. 2020. “What makes an internet meme a meme? Six essential characteristics”. In *Handbook of Visual Communication: Theory, Methods, and Media*, edited by Sheree Josephson, James D. Kelly, Ken Smith, 380–394. New York: Routledge.

- Monti, Nicollo. 2025. "The chad effect: Memes and masculinities". *Semiotica dei filtri*: Edited by Piluso Francesco P, Massimo Leone, 83–99. Gezano di Roma: Aracne <https://doi.org/10.53136/97912218180555>
- Nissenbaum, Asaf and Limor Shifman. 2017. "Internet memes as contested cultural capital: The case of 4chan's/b/board". *New media & society* 19(4): 483–501. <https://doi.org/10.1177/1461444815609313>
- Papacharissi Zizi. 2002. "The virtual sphere: The internet as a public sphere". *New Media & Society*, 4(1): 9–27. <https://doi.org/10.1177/14614440222226244>
- Pavićević, Aleksandra. „Povratak religije”. *Etnološko-antropološki pojmovnik srpske kulture*. Pristupljeno 10.1. 2026. Link: <https://pojmovnik.rs/pojmovnik/P/POVRA-TAK RELIGIJE>
- Phillips, Whitney and Ryan Milner. 2017. "Decoding memes: Barthes' punctum, feminist standpoint theory, and the political significance of #YesAllWomen". In *Entertainment Values*, 195– 211. Palgrave Macmillan, London.
- Postigo-Fuentes, Ana Yara. 2025. "Relational Humor and Identity Framing in the "Virgin vs. Chad" Meme Format". *Behavioral Sciences* 15 (9): 1251. <https://doi.org/10.3390/bs15091251>.
- Radisavljević Ćiprazinović, Dragana. 2006. *Religioznost i tradicija*. Beograd: Institut za sociološka istraživanja.
- Shifman, Limor. 2013. "Memes in a digital world: Reconciling with a conceptual troublemaker". *Journal of computer-mediated communication* 18(3): 362–377. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12013>
- Shifman, Limor. 2014. *Memes in Digital Culture*. Massachusetts: The MIT Press.
- Toelken, Barre. 1996. *The Dynamics of Folklore. Revised and Expanded*. Logan: Utah State University Press.
- Topinka, Robert J. 2018. "Politically Incorrect Participatory Media: Racist Nationalism on r/ImGoingToHellForThis". *New Media & Society* 20 (5): 2050–69. <https://doi.org/10.1177/1461444817712516>.
- Trifunović, Vesna. 2010. „Internet kao teren: primer sakupljanja folklorne građe”. *Glasnik Etnografskog instituta SANU*, 58(1): 157–168.
- van Leeuwen, Theo. 2001. "Semiotics and iconography". In *Handbook of visual analysis*, edited by T. van Leeuwen and C. Jewitt, 92–118. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Wieneke, Marisa. 2024. *Memes as Folklore: Toward a Method for Meme Analysis*. Doctoral dissertation. Indiana University, Bloomington.
- Wiggins, Bradley and Bret Bowers. 2015. "Memes as genre: A structural analysis of the memescape". *New media & society* 17(11): 1886–1906.
- Wiggins, Bradley E. 2019. *The Discursive Power of Memes in Digital Culture: Ideology, Semiotics, and Intertextuality*. New York: Routledge.
- Žikić, Bojan. 2010. „Antropološko proučavanje popularne kulture”. *Etnoantropološki problemi* 5 (2): 17-39. <https://doi.org/10.21301/eap.v5i2.1>.

**Dejan Petković**

Institute of Ethnography SASA

dejan.petkovic@ei.sanu.ac.rs

*Orthodox Memes between Digital Folklore and Propaganda: Identities, Ideologies and Lived Religiosity in Serbian Cyberspace*

This paper analyzes Orthodox internet memes as a contemporary form of digital folklore, preaching, and lived religion. Memes are examined as digital cultural artifacts that emerge within participatory online culture and function as a means of communication, identity negotiation, and the articulation of ideological positions. Special attention is given to religious memes as expressions of lay religiosity, as well as to their role as a space and medium for conflicts between ecclesiastical Orthodoxy, folk Orthodoxy, and critical attitudes toward religion and the Church. The memes were collected over a three-year period using a netnographic method, and the analysis employs visual social semiotics. Three types of Orthodox memes were identified: (1) retraditionalizing, dogmatic, and affirmative memes; (2) “folk” memes that humorously reflect elements of folk Orthodoxy and everyday religious practices; and (3) critical memes that problematize religion, ecclesiastical authorities, and the social role of religiosity. Particular attention is devoted to the analysis of the *Orthodox Chad* format as an example of an ideologically saturated memetic expression connected to broader global trends of right-wing populism, identity politics, and the crisis of masculinity. The paper concludes that Orthodox memes function not merely as entertaining content, but as significant semiotic and political resources through which religious and national identities are produced, normalized, and contested, making them an important source for understanding contemporary (digital) religiosity and cultural conflicts in Serbia.

**Keywords:** internet meme, digital folklore, lived religion, visual social semiotics, Orthodox memes

Primljeno / Received: 22.01.2026

Prihvaćeno / Accepted for publication: 12.03.2026.