

*Janina Hajduk-Nijakowska*

Uniwersytet Opolski

ORCID 0000-0001-9958-5771

## Rola odbiorców w funkcjonowaniu współczesnej medialnej konwencji komunikacyjnej

Rozwój nowych mediów, a zwłaszcza internetu, doprowadził w ostatnich latach do poważnych jakościowych zmian w kulturze współczesnej, zmian inspirujących twórczą aktywność odbiorców. Znacząco zmieniła się bowiem konwencja komunikacyjna we współczesnych mediach. Dla wielu badaczy jest to proces mediamorfozy mediów, uznany „za największy medialny przełom od czasów wynalezienie pisma” (Zwiefka-Chwałek 2009: 45). Dla kulturoznawcy natomiast istotna jest nowa rola odbiorcy w funkcjonowaniu współczesnych przekazów medialnych.

### Wprowadzenie

Komunikację internetową można współcześnie uznać za alternatywę nieformalnej (potocznej) narracji ustnej. Gdyby internet nie służył przede wszystkim konwersacji, to proces jego wchodzenia w kulturę trwałby zapewne znacznie dłużej, a tak cała codzienna paplanina, gawędzenie, plotkowanie, niezliczone ilości zwierzeń czy porad wdarły się szturmem do wirtualnego świata, by wspomagać proces współtworzenia wirtualnej wspólnoty. Oczywiście mowę trzeba było „upiśmiennić”, ale i tak na tyle skutecznie symuluje ona konwersację typu *face-to-face*, że nie tylko teoretycy określają ją mianem wtórnej oralności. Ale inspiracja koncepcją Waltera J. Onga jest znacząca (Ong 1992: 182–183). Skłoniła ona medioznawców do poszukiwania podobieństw pomiędzy hipertekstem a tradycyjną oralnością (Górska-Olesińska 2009:33). Ale – co ważniejsze – sami użytkownicy internetu odbierają kontakt *interface-to-interface* jako „prawdziwą” rozmowę w sieci: „Język wirtualny jest zatem także zastępnikiem nie tylko języka naturalnego, ale i wyrazem nadziei, że spotkanie z drugim człowiekiem zawsze jest możliwe” (Burszta 2004: ). Podobny optymizm dostrzegłam u Arjuna Appaduraia, który w rozwoju elektronicznej komunikacji widzi „zaczątek procesu wytwarzania *sąsiedztw wirtualnych*” (Appadurai 2005: 288; wyróżnienie w oryginale).

Wchłonięcie przez internet (za sprawą użytkowników sieci) treści funkcjonujących wcześniej w obiegu bezpośrednim (co oczywiście wiąże się ze zmianą samej struktury tekstów) to tylko jeden z aspektów gruntownych zmian. Proces ten w sposób naturalny sprzyja, moim zdaniem, powstawaniu tzw. sąsiedztw wirtualnych. Bo jeśli nawet „wirtualnym sąsiedztwom pozornie brakuje więzi typu *face-to-face*, przestrzennego skupienia i złożonych form interakcji społecznej, cech tak ważnych dla koncepcji sąsiedztwa” (Appadurai 2005: 289), to tak naprawdę ich siła polega na umiejętności mobilizowania i przekształcania relacji między ludźmi w realnych sąsiedztwach życiowych. Przejawia się to przede wszystkim w nieustannym wytwarzaniu lokalności i poczucia wspólnoty (Hajduk-Nijakowska 2012).

Musimy uwzględnić tutaj także proces odbioru treści przekazywanych językiem cyfrowym przez media i związane z tym przenoszenie lansowanych przez nie sensów w sferę praktyki. Odbiór ten jest procesem, „czynnością usytuowaną” w kontekście kulturowym i wymagającą od odbiorcy poświęcenia uwagi i podjęcia działań interpretacyjnych, czyli przyswojenia przekazu, co zdaniem Johna Thompsona oznacza przyjęcie go jako własnego.

Przyswajanie form symbolicznych – a zwłaszcza przekazów wyrażanych przez produkty medialne – jest procesem, który może rozciągać się daleko poza pierwotny kontekst i czynność odbioru tych form. Ludzie często dyskutują o produktach medialnych i ich treści; w ten sposób przekazy medialne są poddawane obróbce i dzielone z większym kręgiem osób, które mogły, lecz nie musiały, brać udziału w odbiorze oryginalnego przekazu. W ten sposób przekazy medialne są przenoszone poza oryginalny kontekst ich odbioru oraz mogą ulegać zmianom w ciągłym procesie opowiadania i powtarzania, interpretacji i reinterpretacji, komentowania, wyśmiewania i krytyki. [...] Wraz z powtarzaniem przekazu medialnego i związanych z nim reakcji do głosu może dochodzić narracja, w której ludzie mogą przywoływać swoje myśli, odczucia, doświadczenia i wiążące się z danym tematem aspekty własnego życia. [...] Odbierając i przyswajając przekazy medialne, ludzie angażują się w proces samotworzenia i samorozumienia – chociaż często tego wcale nie zauważają (Thompson 2001: 47–48).

W nowoczesnych społeczeństwach wewnętrznie zróżnicowanych i wplecionych w różnorodne konteksty medialne gwałtownie zmienia się bowiem sposób komunikowania. Mocno wyeksponował ten fakt Zygmunt Bauman:

[...] zniwelowanie odległości czasowych i przestrzennych dzięki technice nie tyle ujednoliciło ludzką kondycję, ile ją spolaryzowało. Wyzwała ono bowiem niektóre jednostki z więzów terytorialnych i pewnym czynnikiem konstytuującym wspólnotę nadaje sens eksterytorialny; równocześnie jednak samo odarte ze znaczenia terytorium, w którego granicach inni nadal pędzą życie, pozbawione zostaje potencjału określania ludzkiej tożsamości (Bauman 2000: 25).

Tym samym współcześnie traci więc rację bytu rozumienie lokalności jako kategorii przestrzennej, skonkretyzowanej terytorialnie oraz czasowo, lokalności, która

stanowiła dotąd wyznacznik tradycyjnej społeczności lokalnej. Kategoria lokalności wymaga obecnie po prostu istotnej redefinicji. Jak zdecydowanie podkreśla Marian Kempny, „lokalność w zglobalizowanym świecie oznacza kategorię współistniejącą z metaforami sieci, strumieni, płynności czy przepływów, z których element tradycyjnie rozumianego terytorium został wyrugowany” (Kempny 2004: 554). Znaczący wpływ internetu na powstawanie nowych zjawisk wynika przede wszystkim z usytuowania tego medium w życiu codziennym, w którym ciągle ważna jest fizyczna współobecność: „Internet sprzyja raczej *glokalizacji* niż McLuhanowskiej *globalnej wiosce*. We wspólnocie i w pracy internet ułatwia zacieśnianie, zarówno opartych na bliskości więzi lokalnych, jak i więzi na odległość” (Wellman, Hogan 2005: 42; wyróżnienie w oryginale).

Nadto audiowizualność współczesnej kultury zdecydowała o pojawieniu się nowej formuły poznawania świata – doświadczenia zapośredniczonego (*mediated experience*), którego cechą, jak to określił Anthony Giddens, jest między innymi „wtargnięcie odległych wydarzeń do sfery codziennych doświadczeń”, zdarzeń, o których może nigdy byśmy nie wiedzieli, gdyby nie ich medialna wizualizacja:

Jednostka może odbierać wiele relacjonowanych w programach informacyjnych wydarzeń jako zewnętrzne i odległe, ale wiele innych może też regularnie wpływać na jej codzienne czynności. Towarzyszące doświadczeniu zapośredniczonymu wrażenie swojskości może odpowiadać za powszechne poczucie „odwrócenia porządków”, gdy napotkany rzeczywisty przedmiot lub wydarzenie wydają się mniej realne niż ich medialne przedstawienie. Co więcej, liczne doświadczenia, które w życiu są rzadkością (jak na przykład bezpośredni kontakt ze śmiercią i umierającymi), są regułą na poziomie przedstawień medialnych, podczas gdy rzeczywiste zetknięcie z samymi zjawiskami jest psychologicznie trudne. [...] W sumie w warunkach nowoczesności środki przekazu nie tyle odzwierciedlają rzeczywiste zdarzenia, ile częściowo je tworzą (Giddens 2007: 38–39).

Włączanie owych odległych, „wytworzonych” przez media zdarzeń w sferę indywidualnych doświadczeń wymaga oczywiście od jednostki skomplikowanej procedury przekładu i oswojenia zdarzeń, z którymi styka się za pośrednictwem mediów, swoistego negocjowania i porządkowania znaczeń. Odbywa się to oczywiście, co już podkreśliłam, w trakcie trwania procesu odbierania tychże wiadomości i to najczęściej przy użyciu wyznawanej koncepcji zdrowego rozsądku, która musi być zgodna z praktykowanymi regułami myślenia. A także, na co zwrócił uwagę Roch Sulima, z kategorią potoczności, która pełni funkcję regulacyjną struktur codzienności: „informacje »nowe« »przekładane są« *a vista* na »zastane«, które tym samym ulegają »przeredagowaniu« i funkcjonalnemu przekształceniu, potencjalnemu otwarciu na nowe okoliczności” (Sulima 2003: 239).

## Twórcza aktywność odbiorców w sieci

Zaprezentowane wyżej nowe obszary badawcze determinujące sposoby odbioru przekazywanych treści, wymagają zwrócenia uwagi na aktywność podmiotów (odbiorców) rozproszonych w przestrzeni i uczestniczących w procesie funkcjonowania owych treści,

a przede wszystkim na sposoby ich indygenizacji, tzn. nadawania sensu globalnym treściom przez sprowadzenie ich do zrozumiałego, oswojonego już obrazu (wizji) świata. Używam tu pojęcia „indygenizacji”, a nie po prostu „ulokalnienia” (glokalizacji), by nie kojarzyć tego zjawiska z przestrzenną lokalizacją, zbiorem elementów zewnętrznej kulturowej specyfiki powiązanej z określoną społeczną wspólnotą (Hajduk-Nijakowska 2010). Zwracam na to uwagę pod wpływem rozważań przywołanego tu już antropologa Arjuna Appaduraia, który pisał m.in.:

Większość etnograficznych opisów, zagłębiając się w dokumentowaną lokalizację, traktuje lokalność jako terytorium, a nie jako formę, nie uwzględniając ani jej kruchości, ani jej etosu *jako właściwości życia społecznego*. Prowadzi to etnografię do bezrefleksyjnej współpracy z tym poczuciem bezwładu, na którym lokalność jako struktura uczucia, zasadniczo się opiera (Appadurai 2005: 269; wyróżnienie w oryginale).

Lokalności nie można traktować jako „coś danego”, jest ona bowiem zawsze wytwarzana, co sprowadza się „do wytwarzania lokalnych podmiotów, czy nawet samych sąsiedztw, które stają się kontekstem dla tych podmiotowości” (Appadurai 2005: 269). Tym samym proces „wytwarzania” lokalności i sąsiedztw lokalnych ma zawsze silne osadzenie w kontekście kulturowym, wpływającym m.in. na sposób odbierania przekazywanych treści. Koncentracja uwagi na tym procesie ujawnia gruntowne przemodelowanie relacji międzyludzkich, co wymaga jakościowej zmiany sposobu rozumienia kontekstu kulturowego, a zwłaszcza wyeksponowania aktywnego uczestnictwa ludzi (użytkowników sieci) w procesie odbioru przekazywanych treści, twórczego wejścia w rolę prosumenta oraz aktywnego uczestniczenia w „oddolnej konwergencji”, rozumianej jako „nieformalny, a czasem też nieautoryzowany przepływ treści medialnych, który następuje w sytuacji, gdy konsumenci łatwo mogą archiwizować, komentować, przejmować i redystrybuować treści medialne” (Jenkins 2007: 256). Nowe technologie nie tylko zainspirowały ludzi pomysłami, czy umożliwiły im znacznie bogatsze aktywne uczestnictwo w procesie odbioru treści, ale pobudziły ich także do samotworzenia. „Sieć stała się nowym, potężnym kanałem dystrybucji amatorskiej produkcji kulturowej” (Jenkins 2007: 135). Zresztą, już przed laty zwrócił na to uwagę Alvin Toffler, prognozując w swojej pracy pt. *Trzecia fala* kierunek nasilających się zmian wśród odbiorców kultury, coraz mocniej zanurzonych w oceanie informacji. Uważał, że postępujące „odmasowienie” środków masowego przekazu „umożliwia każdemu **konsumentowi** przejęcie dodatkowo funkcji **producenta** własnych wyobrażeń i idei” (Toffler 1997: 259), tym samym prosument okaże się „klientem nowego typu”. Ponadto, zdaniem Tofflera, „trzecia fala wprowadza nowe rozumienie świata, które ma silne zabarwienie lokalne, a jednocześnie – globalny, a nawet wręcz galaktyczny charakter” (Toffler 1997: 453), co w zasadzie jest refiguracją kultury 2.0. Ową Tofflerowską wizję przywołał np. Piotr Siuda, który analizując współczesną kulturę prosumpcji, uznał fanów za jej awangardę (Siuda 2012).

Nowe formy uczestnictwa w sieci obecne są na różnych stronach internetowych, wokół których skupiają się społeczności osób podobnie myślących i mających wspólne oczekiwania. „Oczekiwania te nie powstają w formie zinstytucjonalizowanej i nie są produktem kultury masowej. Są one produktem ruchu oddolnego, napędzanego

aktywnością zwykłych użytkowników” – dopowiada Robert G. Howard, który dyskurs *online* tworzony na bazie sieci internetowej nazywa „dialektem sieci”, charakteryzującym się hybrydowością treści. „Pojęcie kultury dialektu należy postrzegać wyłącznie jako różne od elementów masowych, oficjalnych i instytucjonalnych” (Howard 2008: 192, 194).

W nowych realiach tradycyjne formy tworzenia z powodzeniem odnajdują się w zaferowanych człowiekowi nowych możliwościach, stare i nowe media coraz śmielej wchodzi w interakcje. Dostrzegła to również politolożka: „Siła oddziaływania jednostek, które dotychczas zwykło uważać się wyłącznie za odbiorców, nieustannie rośnie, a interaktywność jest kluczowym aspektem nowoczesnego przekazu. [...] Witryny internetowe sprawiają, że dotychczasowi odbiorcy mogą z łatwością wcielić się w rolę nadawcy” (Polaczek-Bigaj 2017: 194).

Wszak internet, jak wiadomo, odgrywa też wyjątkową rolę we wspomaganie obiegu przeróżnych sensacyjnych opowieści (niesamowitych, groźnych, tajemniczych) oraz teorii spiskowych, które do niedawna dominowały głównie w bezpośrednim obiegu. Owe internetowe legendy miejskie (*urban legends*) zyskują natychmiastowy globalny krąg odbiorców, przesądzają o konieczności zaistnienia odbioru typu fanowskiego, powstania („wytwarzania”) swoistej wirtualnej wspólnoty (wirtualnego sąsiedztwa) ludzi przekonanych o prawdziwości przekazywanych treści, np. w czasie pandemii Covid 19 gwałtownie wzrosła popularność antyszczepionkowców (por. Kozik 2021). Na przeróżnych specjalistycznych witrynach nadal toczą się pełne emocji dyskusje o konkretnych zdarzeniach eksponowanych w legendach lub nadsyłanych przez internautów przykładach potwierdzających niebezpieczeństwo przyjęcia szczepionki. W mediach społecznościowych trwają dyskusje nad kolejnymi wariantami opowieści, internauci wspólnie „redagują” wiarygodne wersje wydarzeń, zazwyczaj dalece już zmytyzowanych. Nasilają się one przede wszystkim w momentach kryzysów politycznych, ataków terrorystycznych, katastrof, by przekonywująco wyjaśnić „celowo ukrywane przez władze” przyczyny zaistniałych wydarzeń. Ludzie, po prostu nie dowierzając oficjalnym komunikatom, szukają „prawdziwych” przyczyn, chcą wiedzieć, co się naprawdę wydarzyło, a internet – „ten informacyjny bazar” – pozwala znaleźć to, czego ludzie oczekują, w co wierzą, co jest, w ich mniemaniu, zgodne z prawdą, a więc „kierują się tymi samymi motywacjami, co w komunikacji bezpośredniej” (Panczová 2005: 157).

Szczegółowo uzasadnił tę tezę Stuart Allan, analizując zachowania mediów i tzw. zwykłych odbiorców po ataku na World Trade Center 11 września 2001 roku. Jak wiadomo, wzrosło wówczas gwałtownie zapotrzebowanie na informację. Na osobistych stronach w Internecie (w mediach społecznościowych) pojawiły się „relacje naocznych świadków, amatorskie fotografie, a nawet filmy wideo z przebiegu kryzysu”, „Internet rozbrzmiewał głosami mieszkańców Nowego Jorku i Waszyngtonu opowiadających, co naprawdę się zdarzyło”, „blogi stawały się wielogłosową wieżą Babel, reakcją na wołanie o media, które robiłyby coś naprawdę wartościowego” (Allan 2008: 69–71). Co więcej:

Analiza niektórych zdjęć z ruin WTC miała ujawnić, że w dymie widoczna jest twarz szatana. Rozpowszechniło się przekonanie, że za atakami stał izraelski Mossad [...].

Jedną z najbardziej żywotnych plotek dotyczyła rzekomej przepowiedni XVI-wiecznego astrologa Nostradamusa, która miała dotyczyć ataku na Nowy Jork: „trzecia wielka wojna zacznie się, gdy wielkie miasto stanie w ogniu”, po tym „jak dwóch braci rozdzieli Chaos” (Allan 2008: 76).

Co ciekawe, odtąd w każdą rocznicę tragedii narastała w Internecie i w mediach społecznościowych ilość relacji i niesamowitych historii o przyczynach ataku terrorystycznego na Amerykę:

[...] zwolennicy teorii spiskowych twierdzą, że nie mogli tego dokonać Arabowie uzbrojeni w noże do rozcinania kartonowych pudeł. Jedną z dość szybko przyjętych teorii spiskowych głosi, że samoloty były sterowane zdalnie, a nie przez samobójców z Al-Kaidy. Według innej teorii terroryści nie weszli na pokład samolotów i już po katastrofie zobaczyli swoje nazwiska na listach pasażerów. Z jeszcze innej dowiadujemy się, że żaden z tysięcy pracujących w bliźniaczych wieżach World Trade Center Żydów nie zgłosił się do pracy tego dnia, co świadczy nie tylko o tym, że wróg w dalszym ciągu jest zwarty i z góry określony, jako że żaden z nich nie ostrzegł nie-Żyda (Castillón 2006: 244).

Omówienie teorii spiskowych związanych z atakiem na WTC 11 września 2001 roku opublikował „Der Spiegel” (2003). Coraz głośniejszą mówi się o kłątwie wiszącej nad Manhattanem: umierają ratownicy, strażacy i policjanci, choć wiadomo, że główną przyczyną zgonów są śmiertelne choroby wywołane chmurami pyłu azbestowego i innych trujących związków unoszących się przez kilka dni nad rumowiskiem.

## **Mediatyzacja wojny w mediach społecznościowych**

Od tamtego czasu proces mediatyzacji każdej wojny gwałtownie przyspieszył, bowiem internet powszechnie zapanował już nad mediami społecznościowymi. „Zmediatyzowane społeczeństwo prowadzi wojny nowego typu, wojny zmediatyzowane” – dowodzi Tomasz Goban-Klas. „Wojna staje się zmediatyzowana, gdyż praktyki wojny i doświadczenia prowadzących walki i poszkodowanych przyjmują formę stałego rejestrowania wydarzeń przez media, wyświetlania i archiwizacji obrazów” (Goban-Klas 2022: 20), a nadto trwa nieustający proces odbioru tych treści przez rozproszonych w przestrzeni odbiorców, poszukujących w napływających informacjach, zdominowanych zresztą przez zwizualizowaną narrację, „prawdziwej” wiedzy o toczącej się wojnie, współcześnie – wojny na Ukrainie. Ów element rozproszonych w przestrzeni odbiorców zapewne skłonił Gobana-Klasa do nazwania najnowszej fali mediatyzacji wojny mianem „wojny rozproszonej”, ponieważ docierają do nas rozproszone relacje różniące się ujawnianiem przyczyn i skutków rozgrywających się w odległej przestrzeni wydarzeń, co „może wzmocnić poznawcze i emocjonalne reakcje społecznych działań w sposób niewspółmierny do początkowego impulsu” (Goban-Klas 2022: 21). Obecnie, kiedy smartfon jest w ręce nie tylko dziennikarza, ale również żołnierza, członków jego rodziny, niemal każdego cywila, mnogość zróżnicowanych obrazów wojny przytłacza odbiorców.

Miliardy ludzi mają urządzenia, które pozwalają im nie tylko obserwować żołnierzy w akcji, ale także informować potencjalnie ogromną publiczność, co sami widzą i dodawać własne komentarze (niektóre trafne, inne nie) do potoku informacji związanych z wojną. A i sami walczący czasami zapisują swoje poglądy na Twitterze. Szeregi tych, którzy dzielą się informacjami, ogromnie się powiększyły. Twitter i podobne serwisy stały się w niektórych przypadkach instrumentami wojennymi. Jego zintensyfikowana kontrola, zarówno obiektywna jak i polityczna, zmienia sposób prowadzenia wojen. (Goban-Klas 2022: 22).

Mechanizmy inspirujące współcześnie aktywność twórczą użytkowników sieci, która z miejsca ma szansę uzyskania globalnego (nieoficjalnego) obiegu, wymagają skierowania obserwacji kulturoznawcy w stronę serwisów społecznościowych, na których toczą się pełne emocji dyskusje o konkretnych wydarzeniach, wypracowujące ich „wiarygodne” wersje. I tak np. wojna Rosji z Ukrainą trafiła do serwisu internetowego TikTok już w 2014 roku, gdy doszło do aneksji ukraińskiego Krymu: „Wszystko na żywo, z komentarzami i memami. Już nie klasyczne media i agencje wywiadu, ale media społecznościowe i krótkie filmiki kręcone smartfonami stają się oknem, przez które świat i młodzi z generacji Z patrzą na możliwy konflikt Rosji z Ukrainą” – relacjonuje już 16 lutego 2022 r. Marcin Makowski (2022), dostrzegając specyfikę internetowych relacji i rosnące napięcie tuż przed zbliżającą się ponowną zbrojną agresją Rosji:

Obok systemów raketowych i dyslokacji uzbrojenia, coraz częściej pojawiały się komentarze nastolatków w stylu: „To moja pierwsza wojna, trochę się denerwuję”. W znany jedynie mediom społecznościowym sposób, wojna nerwów Kijów z Moskwą przeniosła się na płaszczyznę wojny memów, z których najpopularniejszym (ponad 28 mln odsłon na TikToku) został apel do „Vladdy Daddy” (luźne tłumaczenie „Tatusia Putina”), aby „zatrzymał wojnę” (Makowski 2022).

Ożyły na powrót zielone ludziki, które pojawiły się już wcześniej w Donbasie (Sokala 2022). Wśród nieskończenie wielu niewiarygodnych informacji, teorii spiskowych i legend będących w obiegu, pod koniec lipca zrodziła się nowa, tym razem po stronie agresora, legenda wyjaśniająca niemoc Rosji: otóż nie może ona wygrać wojny, ponieważ do walki włączono ukraińskich żołnierzy-mutantów, stworzonych w amerykańskich laboratoriach (Górecki 2022).

Wkrótce sytuacja uległa dramatycznej zmianie. Wojna stała się faktem, wszyscy mieli oczywiście smartfony, ale, jak dowodzi prof. Jan Kreft, który prowadził badania na wschodzie Ukrainy, „przeciętny jego użytkownik nie ma zielonego pojęcia, jak odróżnić prawdę od kłamstwa [...] zarówno młodzi, jak i starsi nie są w żaden sposób przygotowani do tego, żeby weryfikować, sprawdzać, czy dana informacja jest prawdziwa” (Szymaniak 2022). Zdaniem Krefta media społecznościowe mobilizują jednak do działania, ale z drugiej strony

[...] mogą działać też demobilizująco. Jest bowiem tak, że gdy ludzie wyrażą w nich poparcie czy swoje oburzenie, to czują, że już coś zrobili, są zwolnieni z realnego wsparcia.

W sieci wyładowują swój gniew, frustrację, więc nie muszą już czynnie, w realu angażować się w ten czy w inny spór. Klikają groźną emotkę i już nie wychodzą na ulicę, nie protestują, bo zimno, bo wieje i pada deszcz. To wirtualne zaangażowanie daje im iluzoryczne poczucie, że coś zrobili i to już wystarczy. [...] To jest szansa dla Facebooka, aby wrócił do gry i przestał być chłopcem do bicia, bo Facebook ma coraz lepsze i coraz szybciej rozwijające się narzędzia do fact-checkingu. Może zatem stać się pewnego rodzaju autorytetem, „mężem zaufania”, weryfikatorem fake newsów, który rozsądzi to, co jest prawdą, a co nie (Szymaniak 2022).

Bez wątpienia obecność w obiegu przeróżnych opowieści interpretujących wydarzenia rozgrywane się w trakcie trwającej wojny skłoniły Jakuba Majmura do stwierdzenia, iż wojna w Ukrainie toczy się na wielu frontach: wojskowym, gospodarczym, informacyjno-narracyjnym. „Dzięki umiejętnemu wykorzystaniu mediów społecznościowych świat widzi, że do obrony Ukrainy mobilizuje się całe społeczeństwo: zwykli ludzie, gwiazdy sportu, byli wysoko postawieni politycy, a także młode kobiety. [...] Media społecznościowe i krążące w nich obrazy są bardzo istotnym frontem informacyjnym tej wojny”. Na poparcie tej tezy dopowiedział:

Jak na łamach „Guardiana” zauważył Yuval Noah Harari, naród to też opowieści powtarzane przy ognisku, przekazywane z pokolenia na pokolenie także wtedy, gdy państwo będące domem tego narodu przestanie istnieć. Ukraińcy w ostatnich dniach zyskali opowieść o potężnej mocy integracyjnej, wielki narodowy mit wojny obronnej przed niczym niesprokowaną rosyjską agresją. Tak długo, jak będą pamiętać i powtarzać tę opowieść, Putin nigdy nie zalegitymizuje swojej władzy nad Ukrainą – nawet gdyby militarnie wygrał wojnę. Gdy cały świat widzi, że Ukraińcy giną w walce o wolność swojej ojczyzny, rosyjska propaganda przekonująca, że nie ma tak naprawdę niczego takiego jak osobna tożsamość ukraińska, brzmi jak przekaz z kosmosu (Majmurek 2022).

## Podsumowanie

Gruntowne przemodelowanie relacji międzyludzkich, spowodowane rozwojem współczesnych technologii komunikacyjnych, wymaga od kulturoznawcy skoncentrowania uwagi na zupełnie nowej roli użytkowników sieci cyfrowej, która nieustannie inspiruje ich aktywność. Odbiór treści przekazywanych językiem cyfrowym wymaga bowiem uwzględnienia w analizie zróżnicowanych kontekstów kulturowych, kreujących zupełnie nową aktywność odbiorców współtworzących wirtualne wspólnoty. Zmiana sposobu komunikowania, prowadząca w efekcie głównie do generowania treści przez użytkowników, wymaga od kulturoznawcy przeanalizowania procesu samotworzenia i samorozumienia przekazów/treści funkcjonujących w obiegu mediów społecznościowych. Owa wirtualna aktywność ułatwia zrozumienie procesu wytwarzania lokalności, kategorii wymagającej zredefiniowania i wspomagającej jednocześnie zrozumienie roli odbiorców w kreowaniu, stwarzaniu, rozumieniu, akceptowaniu lub odrzucaniu współczesnych wyobrażeń na temat otaczającego nas świata. Sytuację taką możemy obecnie przeanalizować na podstawie postępującego procesu mediatyzacji wojny w Ukrainie,



badając z perspektywy kulturoznawcy aktywność odbiorców w mediach społecznościowych we współtworzeniu/kreowaniu wiedzy o rozgrywających się wydarzeniach.

## Bibliografia

- „11. September: Dichtung und Wahrheit”. 2003. „Der Spiegel” 37. 58–74.
- Allan Stuart. 2008. *Newsy w sieci. Internet i dziennikarstwo*. Agata Sadza (przeł.). Kraków.
- Appadurai Arjun. 2005. *Nowoczesność bez granic. Kulturowe wymiary globalizacji*. Zbigniew Pucek (przeł.). Kraków.
- Bauman Zygmunt. 2000. *Globalizacja. I co z tego dla ludzi wynika*. Ewa Klekot (przeł.). Warszawa.
- Burszta Wojciech. 2004. *Różnorodność i tożsamość. Antropologia jako kulturowa refleksyjność*. Poznań.
- Castillón Juan Carlos. 2006. *Panowie świata. Dzieje teorii spiskowych*. Joanna Partyka (przeł.). Warszawa.
- Giddens Anthony. 2007. *Nowoczesność i tożsamość. „Ja” i społeczeństwo w epoce późnej nowoczesności*. Alina Szulżycka (przeł.). Warszawa.
- Goban-Klas Tomasz. 2022. „Smartfon na wojnie. Wojna na Ukrainie: medialne informacje, dezinformacje i dezorientacje”. *Zdanie* 2(193). 18–22.
- Górecki Daniel. 2022. „To wina ukraińskich żołnierzy-mutantów”. <https://geekweek.interia.pl/militaria/news-rosja-to-wina-ukrainskich-zolnierzy-mutantow-maszyn-do-zabih.nld.6180556> (dostęp: 3.08.2022).
- Górska-Olesińska Monika. 2009. *Słowo w sieci. Elektroniczne dyskursy*. Opole.
- Hajduk-Nijakowska Janina. 2010. „Indygenizacja treści współczesnych przekazów medialnych”. *Studia de Cultura I*. Agnieszka Ogonowska, Zbigniew Bauer, Bogusław Skowronek (red.). 112–120.
- Hajduk-Nijakowska Janina. 2012. „Folklorystyczny nerw internetu. Wspólnotowa przestrzeń emocji i wyobrażeń”. *Kultura Popularna* 3(33). 7–18.
- Howard Robert Glenn. 2008. „Electronic Hybridity: The Persistent Processes of the Vernacular Web”. *Journal of American Folklore* 121(480). 192–218.
- Jenkins Henry. 2007. *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*. Małgorzata Bernatowicz, Mirosław Feliciak (przeł.). Kraków.
- Kempny Marian. 2004. *Lokalność dziś – co można i co warto badać?. W: Oblicza lokalności. Tradycja i współczesność*. Joanna Kurczewska (red.) Warszawa.
- Kozik Ewa. 2021. „Jak troszczyć się o życie? Antyszczepionkowe narracje spiskowe w czasie pandemii COVID-19”. *Studia Etnologiczne i Antropologiczne* 1(21). 1–19.
- Majmurek Jakub. 2022. „Ta wojna toczy się też na opowieści. Na tym froncie Ukraina wygrywa”. *Krytyka Polityczna*, 2 marca. <https://krytykapolityczna.pl/swiat/jakub-majmurek-ukraina-wygrywa-wojne-narracyjna> (dostęp: 4.08.2022).
- Makowski Marcin. 2022. *Rosja i Ukraina na froncie TikToka. Wojna widziana ze smartfona*. <https://wydarzenia.interia.pl/raporty/raport-ukraina-rosja/aktualnosci/news/rosja-i-ukraina-na-froncie-tiktoka-wojna-widziana-ze-smartfo,nld.5836557> [dostęp: 27.03.2022].
- Ong Walter J. 1992. *Oralność i piśmienność: Słowo poddane technologii*. Józef Topola (przeł.). Lublin.

- Panczová Zuzana. 2005. „Konšpiračné teórie na stránkach internetu” *Slovenský Národopis* 53(2). 152–171.
- Polaczek-Bigaj Marta. 2017. „Rola odbiorcy we współczesnym przekazie medialnym”. *Państwo i Społeczeństwo* 3. 191–202.
- Siuda Piotr. 2012. *Kultury prosumpcji. O niemożności powstania globalnych i ponadpaństwowych społeczności fanów*. Warszawa.
- Sokala Witold. 2022. „Bez oznaczeń, dystynkcji i nazwiska. Rosyjskie zielone ludziki na Ukrainie”. *Dziennik Gazeta Prawna*. <https://wiadomosci.dziennik.pl/swiat/artykuły/596967,zielone-ludziki-donbas-rosja-jrym.html> (dostęp: 3.08.2022).
- Sulima Roch. 2003. *Znikająca codzienność. W: Życie codzienne Polaków na przełomie XX i XXI wieku*. Łomża.
- Szymaniak Marek. 2022. *Wojna w Ukrainie. „Prawie każdy obywatel ma smartfon, ale nie wie, jak odróżnić prawdę od kłamstwa” [rozmowa z prof. Janem Krefte]*. <https://spiderweb.pl/plus/2022/02/ukraina-wojna-dezinformacja-rocja-facebook-fakenews> (dostęp: 27.03.2022).
- Thompson John B. 2001. *Media i nowoczesność. Społeczna teoria mediów*. Izabela Mielnik (przeł.). Wrocław.
- Toffler Alvin. 1997. *Trzecia fala*. Ewa Woydyłło (przeł.). Warszawa.
- Wellman Barry, Hogan Bernie. 2005. „Internet w życiu codziennym”. Mirosław Filiciak (przeł.). *Kultura Popularna* 2. 39–46.
- Zwiefka-Chwałek Agnieszka. 2009. *Dziennikarstwo uczestniczące jako przejaw mediamorfozy*. Wrocław.

### Streszczenie

Rozwój nowych mediów, a zwłaszcza internetu, doprowadził do poważnych jakościowych zmian w kulturze współczesnej, które inspirują twórczą aktywność odbiorców. Znacząca zmiana konwencji komunikacyjnej wymaga wyeksponowania nowej roli odbiorców rozproszonych w przestrzeni i uczestniczących w procesie współtworzenia lokalności oraz poczucia wirtualnej wspólnoty, a także ich twórczego wejścia w rolę prosumenta. Analiza tego procesu wymaga uwzględnienia kontekstu kulturowego, w jakim funkcjonują użytkownicy sieci, skierowania obserwacji kulturoznawcy w stronę serwisów społecznościowych, na których toczą się pełne emocji dyskusje o konkretnych wydarzeniach, wypracowujące ich „wiarygodne” wersje. W artykule omówiono to na przykładzie trwającego procesu mediatyzacji wojny w Ukrainie, gdzie smartfon w rękach ludzi stał się „narzędziem walki”.

### The role of recipients in the functioning of the contemporary media communication convention

#### Abstract

The development of new media, in particular the Internet, has led to serious qualitative changes in modern culture, inspiring creative output among recipient-users. This substantial change in the communication convention requires exposing the new role of recipients who are dispersed in space and who participate in the process of co-creating local atmosphere and the sense of virtual commonwealth, as well as creatively taking on the role of prosumers. Any analysis of this process requires taking into account the cultural context within which “net users” come to function. This directs cultural scientists’ observations towards social services, where discussions on concrete events are held full of emotional engagement and where “believable” versions are worked out.

This article discusses this issue through a case study of the process of mediatization in Ukraine, where the smartphone in people's hands has become their "weapon" – a tool in the fight.

**Słowa kluczowe:** odbiorca medialny, prosument, lokalność, wirtualna wspólnota, mediatyzacja wojny

**Key words:** media recipient, prosumer, local character, virtual community, mediatization of war

**Janina Hajduk-Nijakowska** – prof. dr hab., folklorystka, kulturoznawczyni; interesuje się zagadnieniami pamięci społecznej i potocznej świadomości historycznej, funkcjonowaniem folkloru w dobie rozwoju środków masowego przekazu i nowych mediów oraz e-folklorem. Autorka ponad 130 artykułów i rozpraw, trzech monografii (m.in. *Doświadczenie pamięci. Folklorystyczny kontekst opowieści wspomnieniowych*, 2016), publikacji popularnonaukowych i publicystycznych, współautorka prac zbiorowych. Członkini Komitetu Nauk Etnologicznych PAN oraz Rady Naukowej czasopisma „Literatura Ludowa – Journal of Folklore and Popular Culture”.

