

E-folklor w dobie kultury digitalnej



WYDAWNICTWO
UNIWERSYTETU
ŁÓDZKIEGO

Violetta Krawczyk-Wasilewska

E-folklor w dobie kultury digitalnej

Szkice i studia

z przedmową Andy'ego Rossa



 WYDAWNICTWO
UNIWERSYTETU
ŁÓDZKIEGO

Łódź 2016

Violetta Krawczyk-Wasilewska – Uniwersytet Łódzki, Wydział Filozoficzno-Historyczny
Zakład Etnologii i Folklorystyki, 90-131 Łódź, ul. Lindleya 3/5

RECENZENT

Dionizjusz Czubala

REDAKTOR INICJUJĄCY

Iwona Gos

OPRACOWANIE REDAKCYJNE

Małgorzata Szymańska

SKŁAD I ŁAMANIE

AGENT PR

PROJEKT OKŁADKI

Katarzyna Turkowska

Zdjęcie wykorzystane na okładce: Pieter Brueghel the Elder – The Dutch Proverbs
<https://commons.wikimedia.org>

© Copyright by Violetta Krawczyk-Wasilewska, Łódź 2016
© Copyright for this edition by Uniwersytet Łódzki, Łódź 2016

Wydane przez Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego
Wydanie I. W.07609.16.0.M

Ark. wyd. 7,5; ark. druk. 10,25

ISBN 978-83-8088-337-6
e-ISBN 978-83-8088-338-3
<https://doi.org/10.18778/8088-337-6>

Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego
90-131 Łódź, ul. Lindleya 8
www.wydawnictwo.uni.lodz.pl
e-mail: ksiegarnia@uni.lodz.pl
tel. (42) 665 58 63

Spis treści

Podziękowania	7
Przedmowa (Andy Ross)	9
I. Sztuka Bruegla, czyli folklorysta online	13
II. e-Folklor jako zjawisko kultury digitalnej	23
III. Nowa folklorystyka w świetle cyfrowych zasobów dziedzictwa kulturowego	47
IV. Po 11. września. Humor digitalny jako wyraz globalnego lęku	65
V. Haitański pakt z diabłem. Podanie globalne czy potęga e-pogłoski?	79
VI. Fenomen serwisów randkowych w skali globalnej	91
VII. Randka z awatarem, czyli o społecznym znaczeniu tożsamości wirtualnych	113
VIII. Globalna opowieść kulinarna w Internecie	129
Bibliografia	145
Spis rycin	163

Podziękowania

W tym miejscu pragnę podziękować moim szacownym brytyjskim Kolegom i Przyjaciołom, którymi są Dennis Beer, Andy Ross i David Shirley za Ich uprzejmą pomoc w różnych stadiach realizacji mojego projektu badawczego. Szczególne podziękowania kieruję do filozofa i blogera – Andy’ego Rossa za napisanie przedmowy do niniejszej publikacji.

Autorka

Łódź, 7 lipca 2016 r.

Przedmowa

Folklorystyka to badanie folkloru z zastosowaniem podejścia metodologicznego humanistyki, ale także przenikliwej obserwacji charakterystycznej dla nauk ścisłych. Folklor bowiem, wyrażając ludzką kulturę i dziedzictwo, pomaga w definiowaniu naszej etniczności i tożsamości kulturowej.

Profesor Violetta Krawczyk-Wasilewska, autorka esejów zawartych w tej książce, jest doświadczonym badaczem folkloru, mającym za sobą długą i owocną karierę naukową. Zajmowała się teorią i historią folklorystyki oraz badaniem źródeł wiedzy o folklorze, głównie ustnymi przekazami narracyjnymi funkcjonującymi lokalnie, ale nie stroniła też od przekazów w formie drukowanej i obrazowej. Całkiem niedawno poszerzyła swą bazę źródłową o folklor przekazywany drogą elektronicznych multimediiów.

Kultura *online* i kultura digitalna stanowią siłę napędową procesu globalizacji, a także podążają w ślad za tym procesem. Globalna kultura multimedialna to nie tylko zagrożenie dla tradycyjnego folkloru, ale także tworzenie całkiem nowych jego form, częstokroć w sposób zaskakujący. Różnorodne tematy poruszane w tej książce obszernie ilustrują zakres i możliwości współczesnych studiów folklorystycznych. Moje skrótowe uwagi są jedynie przykładowym wzmiankowaniem treści zawartych w publikacji.

Czytając tę książkę, okazuje się, że szczęśliwy traf może odegrać rolę inspirującą w podjęciu kwerendy nad stanem badań naukowych. Tak się też stało, kiedy Autorka, przeglądając Internet, odkryła przez przypadek obraz folklorystyczny, znany jako *Przysłowia niderlandzkie*, namalowany w roku 1559 przez Pietera Bruegla Starszego (rozdział I). To fascynujące dzieło sztuki jest ilustracją około setki flamandzkich przysłów i wyrażeń przysłowiowych, których większość pozostaje w ciągłym użyciu jako element wielu zasobów językowych ludów europejskich.

W obecnej dobie każdy użytkownik tabletu lub smartfonu może być odbiorcą plotek, pogłosek, żartów, głupich kawałów, czarnego humoru, a także tzw. legend miejskich, listów łańcuskowych i innych przekazów, przeważnie fikcyjnych, funkcjonujących w różnych wariantach i odmianach. Odbiorca może rozsiewać je w Sieci i udostępniać całemu światu w ciągu kilku sekund, stając się ich biernym nosicielem, aktywnym modernizatorem lub twórcą (rozdział II). Większość tego zalewu informacji ma charakter wysoce efemeryczny, ale te efemerydy są płodnym źródłem nowych efemeryd w eksplodującej obfitości materii, którą badaczka określa mianem e-folkloru.

Nowych mediów używa się zarówno w poważnym biznesie, jak i w niepoważnej rozrywce, ale także w celu wymiany poglądów oraz dzielenia się – z innymi ludźmi – osobistymi emocjami i opiniami. Sieć internetowa stała się globalną encyklopedią globalnego ludu, nie tylko w postaci Wikipedii, ale także jako kreatywna platforma publikująca wszelkiego rodzaju treści. Aktywność ta jest źródłem zasilania folkloru digitalnego, który obecnie stanowi lwią część zbiorowej kultury ogólnoludzkiej i dziedzictwa (rozdział III). Ponieważ misją UNESCO jest ochrona światowego dziedzictwa przyrodniczego i kulturowego, a misją Rady Europy – ochrona i promocja zasobów europejskich, przeto zarówno UNESCO, jak i UE ze swoimi regulacjami pełnią obecnie funkcję strażników naszego nie tylko dawnego, ale i współczesnego (także digitalnego) folkloru.

Technologia cyfrowa niesie również – jak w wypadku Arabskiej Wiosny – konsekwencje natury politycznej. W rozdziale IV Autorka wspomina, iż po pamiętnych atakach z 11 września 2001 roku, w świecie folkloru *online* pojawiły się paskudne memy. Przypomniały nam one, że co najmniej w odniesieniu do terroryzmu tzw. czarny humor, zarówno werbalny, jak i wizualny może odgrywać trzy role: informacyjną, ostrzegawczą i terapeutyczną. Dla wytrawnego bowiem folklorysty nawet złe memy okazują się dobrą strawą.

Jak wynika z publikacji, dziennikarskie serwisy informacyjne bywają też zarzewiem folklorystycznych eksplozji *online*, o czym Autorka pisze w rozdziale V. Tamże przypomina, że 12 stycznia 2010 r. trzęsienie ziemi dotknęło małą wyspiarską nację na Haiti. Trzęsienie skutkowało setkami tysięcy rannych i zabitych oraz sprawiło, że prawie milion bardzo biednych ludzi pozostał bez dachu nad głową.

Klęska żywiołowa przyniosła nie tylko współczucie i wsparcie, ale także wrogość, mającą swe korzenie w moralnych i magicznych aspektach przeszłości Haitińczyków. Dzień po trzęsieniu ziemi na Haiti znany amerykański teleewangelista Pat Robertson zasugerował, że historia haitańskich klęsk żywio-

łowych oraz polityczne wrzenie mają związek z paktem z diabłem, zawartym przez przywódców rewolucji 1791 r. skierowanej przeciwko rządowi Francuzów.

Haiti pojawia się także w kontekście folkloru AIDS. We wczesnych latach epidemii wielu twierdziło, że rozprzestrzenianie się HIV związane było z grupą ryzyka zwaną 4H, w skład której wchodziło: homoseksualiści, heroiniści, hemofilioty oraz Haitańczycy, uprawiający kult *voodoo*. Tego rodzaju przekazy są częścią długiej tradycji podań i legend związanych z plagami, do których nawiązują treści lokujące się na pograniczu *sacrum* i *profanum*. Skoro przekazy folklorystyczne wywodzące się ze średniowiecza oraz z dzisiejszych wiadomości (tzw. newsów) traktują pojęcie plagi jako skutek łamania tabu przez ludzi, przeto nawet współczesny amerykański teleewangelista może traktować plagę jako gniew Boży.

Nowy świat urządzeń cyfrowych oraz media społecznościowe zmieniają wiele aspektów współczesnego życia. Wszechwładne aplikacje *online* i atrakcyjne media społecznościowe funkcjonujące w podręcznych urządzeniach mobilnych zachęcają ludzi do poruszania się w kierunku nowej przestrzeni i do działań, które w przeszłości wykonywano wyłącznie osobiście.

Dla milionów ludzi randki *online* są obecnie częścią codziennego życia. Ta tendencja wydaje się odzwierciedlać wzrost poziomu ludzkiej samotności w wielu rozwiniętych krajach. Nawet związki międzyludzkie stały się towarem, a witryny internetowe randek *online* są dla nich targowiskiem i walutą. Widzimy tutaj korelację ze zglobalizowanymi stylami życia, wzrostem mobilności oraz z rozpadem tradycyjnych więzi rodzinnych.

W Wielkiej Brytanii liczba osób żyjących samotnie wzrosła ponad czterokrotnie w przeciągu ostatnich czterech dekad i stanowi obecnie jedną czwartą populacji. Brytyjskie serwisy randkowe *online* mają największą liczbę użytkowników w porównaniu z innymi europejskimi serwisami towarzysko-matrymonialnymi. Autorka przebadła brytyjskie postawy społeczne wobec randkowania *online*, prowadząc badania w działaniu (tzw. *action research*) już w roku 2008, a pisze o nich w rozdziale VI.

Od stuleci tożsamość indywidualna nie różniła się od tożsamości zbiorowej, a osobie, która próbowała żyć jako odszczepieniec, groziło wykluczenie społeczne. Dzisiaj ludzie mogą pokonać własną izolację, tworząc w Sieci nowe, często mnogie tożsamości. Autorka, z moją pomocą, omawia to filozoficzne zagadnienie w eseju na temat randek z użyciem awatarów (rozdział VII).

Wymyślonej tożsamości zwykle towarzyszy animowany obraz graficzny zwany „awatarem”. Randkowanie w Sieci z wykorzystaniem awatarów pozwala ludziom na bardziej swobodne niż w realnym świecie wzajemne odkrywanie

siebie samych. Niczym piloci linii lotniczych, spędzający przy symulatorach większość czasu poświęconego treningom, pary małżeńskie nieodległej przyszłości będą przypuszczalnie korzystać z randek awatarowych w czasie wzajemnego poznawania się i zalotów.

Na koniec wreszcie, w rozdziale VIII, Autorka rozważa zjawisko kultury kulinarnej w Internecie. Współczesny dyskurs dotyczący jedzenia, szczególnie zaś ten, który prowadzony jest w obrębie mediów społecznościowych, wywiera istotny wpływ na codzienne *menu* wielu ludzi na całym świecie. Internet jest bowiem światową księżką kucharską, a globalna kultura kulinarna odkrywa szeroką gamę sposobów podejścia do żywności i jedzenia. Wszystko to jest przedmiotem ujęcia narracyjnego tej złożonej problematyki, którą w Internecie reprezentują liczne „plemiona” smakoszy i kucharzy.

Profesor Krawczyk-Wasilewskiej należy się pochwała za owocne połączenie w całość rozproszonego materiału badawczego i umożliwienie przyszłym folklorystom wyzyskania przeprowadzonych przez Nią kwerend i analiz oraz erudycyjnych spostrzeżeń. Książka niniejsza jest bowiem fascynującym i efektywnym ćwiczeniem kreatywnego wykorzystania nowoczesnych materiałów źródłowych w celu wzbogacenia i poszerzenia ugruntowanej dyscypliny naukowej.

Andy Ross

Oxford–Poole, czerwiec 2016 r.

Rozdział I

Sztuka Bruegla, czyli folklorysta online

Od początku mojej długiej kariery naukowej zawsze interesowałam się folklorem, a to wiązało się z koniecznością korzystania z różnych materiałów źródłowych. Przeważnie jednak dominowały w nich gatunki narracyjne, przekazywane drogą ustną wśród określonej grupy społecznej, ale też korzystałam z wersji drukowanych i wizualnych, krążących po Polsce, a także poza jej granicami, w różnych miejscach Europy.

Pod koniec lat dziewięćdziesiątych XX w. i w pierwszych latach nowego stulecia zauważyłam gwałtowny wzrost liczby wariantów elektronicznie przekazywanych gatunków folklorystycznych, co czyniło Internet skarbnicą pierwotnych i wtórnych danych źródłowych oraz magazynem pamięci ówczesnego, globalnego pokolenia użytkowników Sieci. Wkrótce okazało się, że najbardziej fascynującym aspektem Internetu jako bazy danych folklorysty jest możliwość studiowania ustnego i niematerialnego dziedzictwa kulturowego w sposób diachroniczny, a nie tylko synchroniczny.

Przeglądając Internet, pewnego razu przypadkowo natrafiłam na „folklorystyczny” obraz znany jako *Przysłowia niderlandzkie*, namalowany w roku 1559 przez mistrza renesansu – Pietera Bruegla Starszego. Mimo że nie znałam tego właśnie obrazu (być może dlatego, że przysłowia nie są gatunkiem narracyjnym...), to znane mi były inne prace tego niezwykle płodnego artysty, zwłaszcza te, które przeszły do historii malarstwa jako tzw. dzieła wieśniacze, czyli malowidła o charakterze etnograficznym¹. Pamiętałam też, że jego dzieło *Procesja do Kalwarii* (z roku 1564) dało niezwykle impuls twórczy polsko-szwedzkiej koprodukcji filmowej pt. *Młyn i krzyż*², inne zaś jego malowidło – *Dwie małpy* – zainspirowało naszą noblistkę Wisławę Szymborską do napisania utworu

1 Np. *Walka postu z karnawałem* (1559), *Zabawy dziecięce* (1559–1560) czy *Chłopskie wesele* (ok. 1568).

2 Filozoficzny film z roku 2011, wykonany w technologii cyfrowej CGI i 3D, wyreżyserował Lech Majewski na podstawie książki M. F. Gibsona *The Mill and the Cross. Peter Bruegel's Way to Calvary* (Acatos: Lausanne 2001). Niczym *tableau vivant* film pokazuje sceny z życia wplecione w losy 12 postaci „wyjętych” z malowidła i miesza ich monologi z wypowiedziami samego Bruegla, który mękę Chrystusa zestawia z religijnym prześladowaniem Flandrii przez katolickich Hiszpanów (1564).

poetyckiego³. To wystarczyło, by odczuć nieodpartą potrzebę („jak mus, to mus” – mówi stare ludowe porzekadło...) poszukiwania w Sieci dalszych informacji na temat interesującego mnie obrazu.

Paremiograficzne i symboliczne dzieło Pietera Bruegla Starszego, zatytułowane *Die niederlandischen Sprichwörter* znajduje się od roku 1913 w muzeum Gemäldegalerie w Berlinie. Ten olejny obraz został namalowany na desce dębowej o wymiarach 117 x 163 cm (ryc.1) i należy do tzw. malarstwa rodzajowego, ponieważ tło obrazu stanowi wiejskie i jednocześnie nadmorskie gospodarstwo, wypełnione licznymi, aktywnie działającymi weń postaciami. Treścią symboliczną obrazu jest ilustracja ponad 80 flamandzkich zwrotów idiomatycznych, obiegowych wyrażen przysłowiowych i przysłów, z których większość jest nadal stosowana w wielu językach europejskich (ryc. 2).

Co ciekawe, hasło *Przysłowia niderlandzkie* zostało przetłumaczone w Wikipedii na 24 (sic!) języki, przy czym warianty językowe oferują zróżnicowany zakres informacji o obrazie⁴. Na szczęście polski przekład hasła zawiera także długą listę przysłów i wyrażen cytowanych w dziele artysty, łącznie z objaśnieniami ich współczesnego, ale też uniwersalnego znaczenia, natomiast wersja holenderska wskazuje ich lokalizację w gęsto „zaludnionym” malowidle, a to dzięki ponumerowaniu i wyekstrahowaniu oznakowanych fragmentów w postaci miniaturowych kopii (ryc. 3a, b).

Trzeba tu nadmienić, że duża liczba cytowanych w obrazie przysłów i porzekadeł pochodzących z północnej Brabancji jest także znakomicie udokumentowana w polskim katalogu paremiologicznym⁵; niektóre zaś z nich są nadal używane w bezpośredniej lub zmodyfikowanej postaci, a wiele już było notowanych wieki temu w polsko- i łacińskojęzycznych staropolskich tezaurusach⁶.

³ W. Szymborska, *Dwie małpy Bruegla*, [w:] *Wołanie do Yeti*. Wiersze, Wydawnictwo Literackie, Kraków 1957.

⁴ https://en.wikipedia.org/wiki/Netherlandish_Proverbs, (dostęp 12.05.2015).

⁵ J. Krzyżanowski et al. (red.), *Nowa księga przysłów i wyrażen przysłowiowych polskich, t. I-IV*, Państwowy Instytut Wydawniczy. Warszawa 1969–1978.

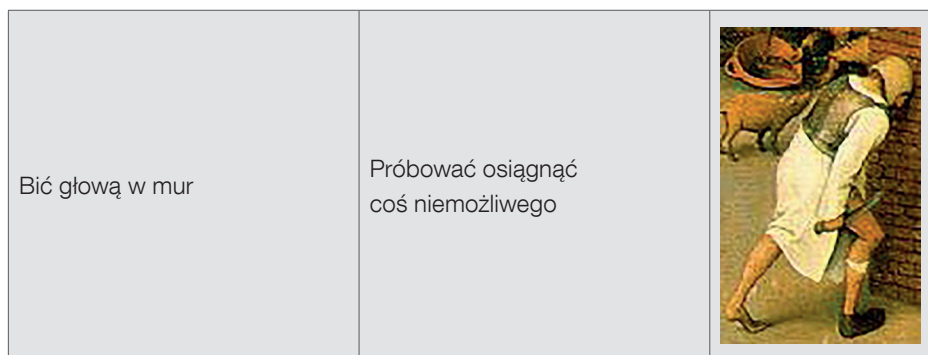
⁶ Np. G. Cnapius [Grzegorz Knapski]: *Thesaurus Polono-Latino-Graecus seu promptuarium linguae Latinae et Graece*. Vols, I–II. F.Caesario: Cracovia [Kraków] 1621. Tom III (*Adagia Polonica...*) był wydany w 1632 i liczył 1400 stron o wymiarze A4.



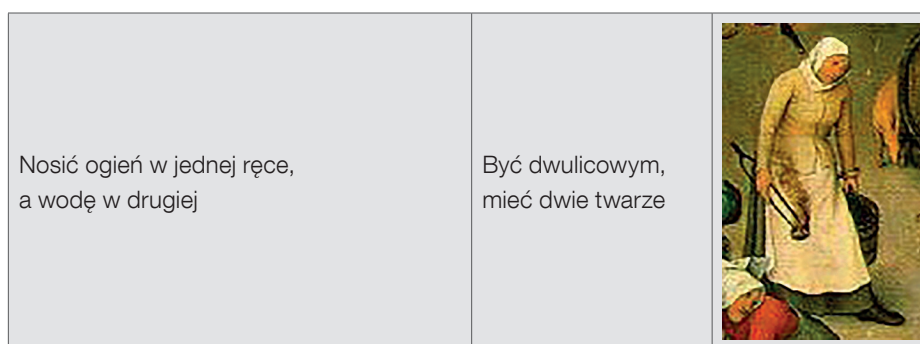
Rycina 1. Pieter Bruegel Starszy: *Przysłowia niderlandzkie* (https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/7/7e/Pieter_Brueghel_the_Elder_-_The_Dutch_Proverbs_-_Google_Art_Project.jpg/)



Rycina 2. [*Przysłowia niderlandzkie*] (<https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/c/c9/Bruegel6.jpg/500px-Bruegel6.jpg>)



Rycina 3a. Fragment (poz. nr 4, kwadrant lewy dolny)



Rycina 3b. Fragment (poz. nr 3, kwadrant lewy dolny)

W trakcie internetowej kwerendy odkryłam, że zarówno mistrz⁷, jak i jego syn, Pieter Brueg[h]el, wykonali, co było wówczas w zwyczaju, wiele kopii i wariantów omawianego obrazu, stąd też *Przysłowia niderlandzkie* znane były pod różnymi tytułami, jako to: *Przysłowia flamandzkie*, *Świat do góry nogami*, *Głupota świata czy Błękitny płaszcz* (prawdopodobnie nazwa oryginału – *De Blauwe Huyck*), przy czym nie wszystkie powyższe wersje przedstawiają dokładnie ten sam zestaw wyrażen przysłowiowych, które cytowane są w głównym haśle Wikipedii i dokumentowane na podstawie analizy malowidła z Gemäldegalerie w Berlinie.

Dobór przysłów i wyrażen przysłowiowych prezentowanych w dziele Bruegla wskazuje, iż artysta był nie tylko utalentowanym ilustratorem powie-

⁷ Artysta namalował wcześniej kilka mniejszych obrazów poświęconych przysłowiom, że wymienię *Duże ryby jedzą małe ryby* (1556) lub *Dwanaście przysłów* (1558). https://en.wikipedia.org/wiki/Netherlandish_Proverbs, (dostęp: 12.05.2015).

dzeń przysłowiowych i kolekcjonerem uniwersalnych wyrażen językowych, ale mędrcom systematyzującym słabości, przywary i ludzką głupotę. Co do ostatniego aspektu, jestem przekonana, że musiał podążać śladem Erazma z Rotterdamu i jego zbioru przysłów *Adagia* (1500) oraz rozprawy *Pochwała głupoty*⁸ – genialnego eseju satyrycznego na temat przesądów ludowych, bigoterii i innych tradycyjnych ułomności społeczeństwa europejskiego tamtych (czy tylko?...) czasów.

W trakcie dalszych poszukiwań stwierdziłam, że nieznamy mi wcześniej obraz *Przysłowia niderlandzkie* wzbudził swego czasu duże zainteresowanie folklorystów, o czym świadczyło amerykańskie sympozjum na ten temat⁹, ale – przeglądając katalogi *online* polskich bibliotek – ze smutkiem skonstatowałam, że interesujące mnie materiały źródłowe nie były dostępne w naszym kraju. Następnie zaczęłam śledzić akademickie katalogi *online* i skorzystałam z cyfrowej bazy bibliotecznej (JSTOR¹⁰, EBSCOhost¹¹, British Library¹²), odkrywając, że najbardziej interesującą analizę paremiologiczną obrazu opublikował na początku lat 80. XX w. wielki amerykański badacz folkloru Alan Dundes. I choć przeczytałam kilka jego wybitnie innowacyjnych – jak na owe czasy – publikacji oraz miałam zaszczyt poznać profesora osobiście (mimo że wówczas Polska leżała za tzw. żelazną kurtyną), to nie mogłam wiedzieć, że on także zajmował się dziełem Bruegla. Wychodząc z przysłowiowego założenia, że „lepiej późno niż wcale”, dotarłam w końcu do znakomitego studium Dundesa, opracowanego przy udziale jego holenderskiej studentki Claudii A. Stibbe,

8 Tytuł łaciński *Stultitiae Laus* (albo *Moriae encomium*), 1511. Polski przekład rozprawy dostępny w Internecie jako e-book.

9 W. Mieder (ed.), *The Netherlandish Proverbs: An International Symposium on the Pieter Bruegel[h]els*, „Proverbium” 2004, Supplement series, Vol. 16 (Univ. of Vermont, Burlington).

10 JSTOR [Journal Storage] jest amerykańską organizacją *non-profit*, utworzoną w 1995 r. jako licencyjny system biblioteki cyfrowej dla ponad 10 tys. instytucji akademickich na świecie, w tym w Polsce. Posiada 2300 czasopism naukowych, tysiące książek i innych materiałów naukowych. Od 2012 r. JSTOR obsługuje nieodpłatnie indywidualnych naukowców. <http://www.jstor.org/>, (dostęp: 15.05.2016).

11 EBSCOhost jest naukową częścią amerykańskiej korporacji informacyjnej (Elton Bryson Stephens Co), założonej w 1944 r. Obecnie posiada 375 pełnotekstowych baz danych, 600 tys. e-booków, indeksy tematyczne, archiwa cyfrowe itp. <https://www.ebscohost.com>, (dostęp: 15.05.2016).

12 Zbiór Biblioteki Brytyjskiej liczy około 56 mln pozycji katalogowych. <https://www.bl.uk/>, (dostęp:15.05.2016).

odbywającej u mistrza studia licencjackie. Rozprawę zatytułowano *Mixing Metaphors: A Folkloristic Interpretation of the Netherlandish Proverbs by Pieter Bruegel The Elder* i opublikowano w 1981 r. w Finlandii w ramach słynnej serii *Folklore Fellows Communications*¹³.

To niezwykle opracowanie zaczyna się opisem cech charakterystycznych dla omawianego obrazu, a także wyliczeniem jego licznych kopii znajdujących się w belgijskich i holenderskich muzeach. Dalej następuje zwięzły przegląd bieżącego stanu badań i informacje o przyjętej przez autorów technice ułatwiającej identyfikację przysłów „opisywanych” pędzlem malarza¹⁴, których cechą szczególną jest – jak wiadomo – alegoryczność: co innego mówią, a co innego znaczą.

Specjalną uwagę położyli autorzy na fakt, że korpus przysłów Bruegla po większej części składa się nie tyle z typowych tworów językowych zwanych „przysłowiami” (np. „Kto pod kim dołki kopie, sam w nie wpada”) i rozumianych jako takie w świetle teorii gatunków folklorystycznych, ile raczej z

[...] ludowych metafor, zwanych często wyrażeniami przysłowiowymi. Przysłowie to krótkie zdanie o ustalonej, niezmienniej budowie ze stałym podmiotem i orzeczeniem [...], podczas gdy ludowa metafora, zwykle przekazywana w formie bezokolicznikowej (np. „patrzeć przez palce”), może być zróżnicowana w odniesieniu zarówno do podmiotu, jak i orzeczenia, np. „on patrzy przez palce”¹⁵.

Warto też przytoczyć inną obserwację autorów, a mianowicie że ogólna liczba brabanckich wyrażeń przysłowiowych, które reprezentuje malowidło, jest zróżnicowana – od kilku tuzinów do ponad setki, w zależności od kopii obrazu i sposobu jego interpretacji. Tak więc według Dundesa i Stibbe dzieło Bruegla zawiera ponad setkę miniobrazków, stanowiąc swego rodzaju krajobraz wypełniony przysłowiami, ale w sensie ogólnym wszystkie małe obrazki są z sobą powiązane i jako całość tworzą scenę portretującą człowieka¹⁶.

Autorzy zbadali także Bruegelowską zabawę z opozycjami binarnymi i strukturami typu „dwa w jednym” (np. „Jednym uderzeniem zabić dwie mu-

¹³ A. Dundes, C. A. Stibbe, *Mixing Metaphors: A Folkloristic Interpretation of the Netherlandish Proverbs by Pieter Bruegel The Elder*, FFC, No. 230, Vol. XCVII. Suomalaisen Tiedakatemia, Helsinki 1981.

¹⁴ A. Dundes, C. A. Stibbe, *op. cit.*, s. 11.

¹⁵ *Ibidem*, s. 11.

¹⁶ *Ibidem*, s. 67.

chy”). Zauważyli też skłonność artysty do rytualnego odwracania rzeczywistości (głupota jest mądrością i *vice versa*) oraz innych sprytnych kombinacji z użyciem paradoksu, dowcipu, zaskoczenia oraz tradycyjnych aluzji (także obscenicznych i erotycznych). To wszystko czyni, że – zdaniem autorów – artysta był genialnym mistrzem tworzenia „sensu z nonsensu” poprzez interpretowanie ludowych metafor, które sprytnie łączył i mieszał, by kreować racjonalne uzasadnienie dla pozornie nieracjonalnych zachowań ludzkich, a udatna i bajkowa wizualizacja tradycyjnych porzekadeł na wieki pozostanie pomnikiem artystycznego geniuszu Bruegla¹⁷.

Chwaląc koncept artystyczny Bruegla, wyrażony filozoficznym podejściem mistrza do tzw. mądrości ludowych, Dundes i Stibbe wykazali się również doskonałością własnego warsztatu badawczego. Ich rozprawa jest w istocie błyskotliwą analizą folklorystyczną 115 wyrażen przysłowiowych, które przedstawili w postaci miniaturowych monografii, obejmujących etymologię, objaśnienia językowe holenderskie i angielskie, tło kulturowe i psychologiczne wraz z interpretacją psychoanalityczną¹⁸. Całość wywodu autorzy wzbogacili bibliografią paremiologiczną oraz ilustracjami.

Wracając do początku tej opowieści, chciałabym podkreślić, że w dniu, kiedy w cyfrowym świecie Internetu natrafiłam na obraz *Przysłowia niderlandzkie* Pietera Bruegla Starszego, odkryłam jednocześnie siłę i możliwości nowoczesnej technologii jako nieocenionego źródła wspomagającego porównawcze i międzykulturowe badania folkloru. To olśnienie uświadomiło mi ontologiczny wpływ rewolucji cyfrowej na uprawianą dyscyplinę naukową – od folklorystyki analogowej do cyfrowej i *vice versa*!

Jestem przekonana, że moi młodszy koledzy, którzy urodzili się już w epoce digitalnej, będą zaskoczeni moją fascynacją i towarzyszącymi jej emocjami...

¹⁷ *Ibidem*, s. 69.

¹⁸ A. Dundes zajmował się tzw. semiotyką psychoanalityczną. Por. V. Krawczyk-Wasilewska, *Metoda psychoanalityczna*, [w:] eadem, *Współczesna wiedza o folklorze*, Ludowa Spółdzielnia Wydawnicza, Warszawa 1986, s. 140–147.

Rozdział II

e-Folklor jako zjawisko kultury digitalnej

Komunikacja naturalna i techniczna

Rzeczywistość procesów komunikowania rozpoczęła się wraz z rozwojem życia społecznego. Dzięki odkryciom paleologiczno-antropologicznym współczesny człowiek wie, że początków dziejów komunikacji międzyludzkiej należy doszukiwać się już u *homo sapiens fossilis*, a więc ponad 35 tys. lat temu. Początkowo ludzie porozumiewali się za pomocą sygnałów niewerbalnych, z czasem proces ten wzbogacając o mowę. Trzydzieści tysięcy lat później człowiek opanował sztukę pisania.

Tak więc przez tysiące lat sposoby komunikacji nie ulegały istotniejszym zmianom, a świat kultury oralno-auralnej i wizualnej dominował nad światem kultur chirograficznych. Tego stanu przewagi nie zmienił nawet wynalazek Johanna Gutenberga z połowy XV w. naszej ery, ponieważ w okresie nowożytnym obieg pisemnych i drukowanych form przekazu ograniczony był do wąskiego kręgu ludzi wykształconych.

W połowie XIX w., po około 5 tys. lat od wynalezienia pisma i 35 tys. lat trwania kultur oralnych, sytuacja zaczęła się powoli zmieniać, a to dzięki liczным wynalazkom i postępującej demokratyzacji życia społecznego Europejczyków, co skutkowało walką z analfabetyzmem i wzrastającym rozwojem masowego czytelnictwa. Jednakże gwałtowny postęp w dziedzinie technik komunikowania i wymiany informacji nastąpił dopiero, gdy wynaleziono telegraf, telefon, gramofon i aparat fotograficzny. Początkowo wynalazki takie jak telegraf i telefon umożliwiły komunikację dwustronną na daleki dystans, natomiast technologie gramofonowe i fotograficzne umożliwiły pojedynczemu przekazowi dotarcie do znacznie większej populacji odbiorców, nadal nie wymagając od nich umiejętności pisania i czytania.

Wiek XX nie tylko udoskonalił owe wynalazki, ale wprowadził całkowicie nowe: radio, telewizję, komputery, satelity komunikacyjne, teleksy, faxy etc. Równoległe z rozwojem cybernetyki w drugiej połowie XX w. udoskonalono technologie informacyjne i komunikacyjne, na lata zaś siedemdziesiąte i osiemdziesiąte przypada rozwój tzw. nowych mediów, które zapoczątkowały epokę globalnego społeczeństwa informacyjnego¹.

¹ T. Goban-Klas, P. Sienkiewicz, *Spółeczeństwo informacyjne: szanse, zagrożenia, wyzwania*, Fundacja Postępu Telekomunikacji, Kraków 1999; L. W. Zacher (red.), *Spółeczeństwo informacyjne w perspektywie człowieka, techniki, gospodarki*, Fundacja „Transformacje”, Warszawa 1999.

W latach dziewięćdziesiątych nowe środki komunikacji stały się powszechnie dostępne, o czym świadczy zwiększająca się wówczas popularność komputerów osobistych i telefonii komórkowej. Jednakże właściwym kamieniem milowym rewolucji technologicznej stała się idea Internetu, zainicjowana przez Tima Bernersa-Lee w 1989 r., która – jako pajęczyna WWW (*World Wide Web*) – już w 1992 r. oplotła milion komputerów w ponad 100 państwach. Jak podają statystyki Międzynarodowej Unii Telekomunikacyjnej (ITU) liczba użytkowników Internetu na świecie wyniosła w 2015 r. ponad 3 mld, a liczba użytkowników telefonii komórkowej liczy dziś około 5 mld, wykazując stałą tendencję wzrostową.

Podkreślić tu należy, że prawdziwa rewolucja w telefonii dokonała się wraz z wprowadzeniem usług multimedialnych, czyli przekazywaniem, np. przez łącza ISDN (*Integrated Services Digital Network*), dźwięku, obrazu i innych danych w formie cyfrowej (digitalnej). Dzięki tzw. interaktywnym aplikacjom telefony komórkowe zaczęły pełnić funkcję podręcznych minikamer filmowych i fotograficznych oraz minikomputerów z wyszukiwarkami internetowymi i pocztą, w której e-mail funkcjonuje obok SMS-ów (*Short Messaging Service*) i MMS-ów (*Multimedia Messaging Service*), umożliwiających wysyłanie zdjęć i małych filmików.

Komunikacja – informacja – globalizacja

Ten bezprecedensowy w historii ludzkości postęp technologiczny z dynamicznie rozwijanym przemysłem tabletów, iPadów, iPhone'ów, Smartphone'ów (z najnowszym gadżetem Apple'a – Siri, charakteryzującym się funkcją osobistego asystenta, z którym użytkownik porozumiewa się drogą głosową) pozwolił człowiekowi na błyskawiczną wymianę komunikatów na poziomie globalnym o tak ogromnym ładunku informacyjnym, o jakim prawdopodobnie nie marzył wielki wizjoner przyszłości środków masowego przekazu i twórca pojęcia „globalna wioska”, Marshall McLuhan².

Technologie elektroniczne wytworzyły bowiem nowy styl komunikowania się pomiędzy ludźmi i instytucjami, nie tylko w obrębie najbliższej okolicy, ale także w najdalszym zakątku świata. Tak oto dzięki nowoczesnej aparaturze człowiek wkroczył w całkowicie nowy wymiar przestrzeni (tzw. cyberprzestrzeń) z jej niemal nieograniczoną wirtualną rzeczywistością i możliwością

² M. McLuhan, *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man*, University of Toronto Press 1962; idem, *Understanding Media: The Extensions of Man*, MacGraw Hill, New York 1964. Por. przekłady polskie.

istnienia w niej również jako dwu- lub trójwymiarowy podmiot, zmieniający swą tożsamość *online* z pomocą animowanego awatara.

Jak twierdzą specjaliści w zakresie teorii komunikowania masowego, [...] znajdujemy się w samym środku rewolucji w technikach komunikowania, która prowadzi do przekształceń w porządkach społecznych i kulturowych na całym świecie. Każde nowe urządzenie poszerza zakres możliwości wykorzystania nowych technologii. Nowe media można łączyć ze sobą, tworząc systemy medialne obejmujące olbrzymie obszary i mogące służyć różnym, bardzo specjalistycznym celom³.

Rozwój cyfrowych technologii komunikacyjno-informacyjnych stanowi istotne podłoże dla zjawisk o charakterze globalnym. Globalizacja bowiem jest procesem internacjonalizacji o zasięgu światowym, w toku którego narastają wzajemne powiązania państw i społeczeństw położonych od siebie w znacznej odległości geograficznej⁴. Od 1990 r. intensywność tych ponadnarodowych i transkontynentalnych relacji (od gospodarczych, a zwłaszcza finansowych i handlowych, poprzez polityczne, naukowe aż po kulturę masową i obyczaje) systematycznie zwiększa się dzięki globalnemu systemowi informatycznemu, jakim jest Internet⁵. Internet ułatwia umiędzynarodowienie produkcji i dystrybucji jej wytworów, zmienia system zarządzania tzw. *outsourcingiem*, dając możliwości działania w tzw. chmurze informatycznej (*cloud computing*) oraz upowszechnia nowe zasady logistyki, kontroli, a przede wszystkim ułatwia kontakty handlowe. Mobilność kapitału sprzyja zwiększeniu inwestycji, a więc wpływa na wzrost gospodarczy i zmniejszenie bezrobocia na terenach, gdzie lokują się firmy przynoszące zysk.

Nowym zjawiskiem jest rozwój gospodarki wirtualnej mającej wpływ na ekonomię realną⁶, a także migracja rynków pracy do cyberprzestrzeni. Wreszcie Internet sprzyja rozwojowi społeczeństw partycypacyjnych i ogranicza monopolistyczny wpływ rządów na własne społeczeństwa, które są bardziej wyczulone na wszelkie nieprzezroczyście działania organów władzy, podlegającej – dziś bardziej niż kiedykolwiek – permanentnej kontroli społecznej.

3 J. S. Baran, K. D. Davis, *Teorie komunikowania masowego*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2007, s. 3.

4 J. Baylis, S. Smith (eds.), *The Globalization of World Politics: An Introduction to International Relations*, Oxford University Press, Oxford 1977.

5 M. Castells, *The Internet Galaxy. Reflections on the Internet, Business, and Society*, Oxford University Press 2001 (przekład polski 2003).

6 W 2015 r. 4% polskiego Produktu Krajowego Brutto to gospodarka internetowa, wykazująca co roku tendencję wzrostową.

Pisząc o globalnym charakterze współczesnej komunikacji międzyludzkiej, pamiętać jednakowoż musimy, że wciąż dotyczy ona zaledwie niecałych 20% ludności świata. Paradoksalnym przykładem tego stanu rzeczy może być drugie po amerykańskiej Dolinie Krzemowej centrum komputerowe na świecie, zatrudniające aż 150 tys. informatyków i obsługujące serwery w Europie i na innych kontynentach. Zlokalizowane jest ono w indyjskim stanie Radżastan w parku industrialnym miasta metropolitalnego Bangalore, liczącego prawie 9 mln mieszkańców, z których większość nie tylko nie może marzyć o dostępie do komputerów, ale nawet nie posiada oświetlenia elektrycznego. Pamiętać też należy, że na świecie są też państwa (np. Kuba), które ograniczają swoim obywatelom dostęp do globalnego Internetu. Z kolei w Korei Północnej większość mieszkańców – poza nielicznymi wybranymi – jest całkowicie pozbawiona kontaktu internetowego ze światem, posiadając jedynie (od roku 2000) dostęp do narodowego Intranetu, zwanego Kwangmyong, obejmującego konta osobiste, organizacje handlowo-przemysłowe, uczelnie i lokalne sieci społecznościowe w obrębie dużych miast.

Internet jako najszybsze narzędzie komunikacji społecznej

Internet, Intranet i telefonia komórkowa spełniają rozliczne funkcje społeczne, w tym marketingowe, biznesowe, polityczne, edukacyjne i ludyczne⁷. Funkcja Internetu jako gigantycznej, całkowicie demokratycznej encyklopedii wiedzy globalnego ludu, ale też jako medium najszybciej przekazującego i pozyskującego informację, jest nie do przecenienia. Wraz z rozwojem usług dostępnych w tzw. Sieci, jak również wraz z ich uatrakcyjnieniem, zwiększa się rola Internetu na poziomie lokalnym, regionalnym i globalnym. Każdy, kto ma dostęp do komputera posiada możliwość nieograniczonego nadawania, przetwarzania i odbioru przekazu w formie tekstu, łącznie z obrazem i dźwiękiem, lub też zupełnie osobno. Kto zaś ma do czynienia jedynie z Intranetem, tj. wewnętrzną siecią komputerową organizacji lub firmy, tego zasięg możliwości jest z natury rzeczy ograniczony, ale nadal cechuje się funkcją komunikacyjno-informacyjną. Obecnie Intranet wychodzi często poza daną instytucję, ponieważ do zasobów owej instytucji logować się można z Internetu przy użyciu hasła i loginu pracownika lub studenta (np. w wypadku uczelni wyższych czy szpitali).

⁷ D. Miller, D. Slater, *The Internet: An Ethnographic Approach*, Berg Publishers, Oxford 2001; D. Miller, H. Horst, *The Cell Phone: An Anthropology of Communication*, Berg Publishers, Oxford 2006.

Dzięki Internetowi świat usług skurczył się na wyciągnięcie ręki, wobec tego aktywny internauta bez wychodzenia z domu załatwi transakcję bankową i giełdową, wypożyczy książki z biblioteki, zrobi tygodniowe zakupy spożywcze, kupi nowe lub używane ubranie, przeczyta ulubioną gazetę i kolorowy magazyn (*webzine* albo *e-zine*) lub książkę (*e-book*), obejrzy film, pogra w gry towarzyskie, postawi pasjansa, posłucha ulubionego radia podczas podróży zagranicznej, prześle bukiet kwiatów narzeczonej poznanej w Sieci, sprawdzi notowania walutowe i pogodę, zamówi hotel na antypodach, kupi bilet samolotowy i na ulubiony koncert lub posłucha i obejrzy go w Sieci, sprzeda i kupi dom wraz z odpowiednim wyposażeniem, ukończy studia drogą elektroniczną (tzw. *e-learning*) i nauczy się nowego języka, wreszcie poszuka pracy *online*, by na to wszystko zarobić pieniądze.

Realne pieniądze będą mu również potrzebne, gdy zechce opłacić nagrobek na wirtualnym cmentarzu lub kupić – po wymianie na lindeny – działkę w przestrzeni świata wirtualnego *Second Life*⁸, najbardziej popularnej gry wymyślonej w 2003 r. przez firmę Linden Lab, giganta finansowego, który zgromadził ponad 20 mln graczy, zwanych rezydentami⁹. Nadmienić tu trzeba, że równoległe ze zwiększającą się popularnością życia towarzyskiego i społecznego *online* rozwijał się również sektor gier komputerowych typu MMO (*massively multiplayer online*) i MMORPG (*massively multiplayer online role-playing games*), które oddziałują psychologicznie na graczy, wywołując ich uzależnienie od nierealnego świata i komunikacji pomiędzy awataremi.

Służąc wielu szczytnym celom, jak również zwykłej rozrywce, Internet jest także podglebieniem dla wszelkiego rodzaju działalności reklamowej, szerzeniu propagandy i manipulacji społecznej, a także działalności kolidującej z prawem oraz dobrymi obyczajami¹⁰. Obok więc idyllicznego wizerunku

8 S. Robbins, M. R. Bell, *Second Life for Dummies*, Hoboken, Wiley Publ., New York 2008; A. M. Kaplan, M. Haenlein, *The Fairyland of Second Life: About Virtual Social Worlds and How to Use Them*, „Business Horizons” 2009, Vol. 52, No. 6, s. 563–572.

9 Wielką popularnością cieszy się również IMVU (*Instant Messaging Virtual Universe*), opracowany w 2004 r. trójwymiarowy graficzny komunikator, liczący ponad 90 mln stałych użytkowników i 6 mln gości miesięcznie.

10 N. Carr, *The Shallows: What the Internet is Doing to Our Brains*, W. W. Norton & Company, New York 2011; E. Morozov, *The Net Delusion: The Dark Side of Internet Freedom*, Public Affairs, New York 2011; D. Tapscott, *Cyfrowa dorosłość. Jak pokolenie sieci zmienia nasz świat*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2010. Por. też blog na temat Internetu prowadzony przez Dominika Kaznowskiego (www.kaznowski.blox.pl) oraz raporty firmy Polskie Badania Internetu, Spółka z o.o. (<http://pbi.org.pl>).

środowisko globalnej Sieci określane bywa też największym śmietnikiem świata, składającym się z tysięcy nieautoryzowanych, często pomyłkowych lub celowo wprowadzających w błąd informacji, czego przykładem bywają niektóre strony Wikipedii lub wiadomości medyczne cytowane za niepoważnymi źródłami. W Internecie znajdziemy reklamy usług bez pokrycia, w tym uczelni wyższych (tzw. *fake universities*), pseudolekarzy i innych hochsztaplerów. Tamże znajdują się liczne strony faszystowskie, tysiące stron pornograficznych o różnym stopniu szkodliwości, strony i portale prowadzone przez psychopatów, kryminalistów, monomaniaków, oszustów, sekty i ultraradykalne organizacje polityczne oraz religijne, a także mowa nienawiści (tzw. hejt).

Tak jak nieskończenie długa jest lista pozytywnych lub obojętnych moralnie aspektów Internetu, tak również można wymienić wiele negatywnych cech tego medium. Zdając sobie sprawę, że z wątpliwymi moralnie zachowaniami ludzi i instytucji można się również zetknąć w świecie realnym, należy mieć jednak na uwadze, iż zasięg społecznego oddziaływania mediów digitalnych jest nieporównanie większy. Dlatego też coraz częściej dyskutuje się o strategiach walki z cyberzagrożeniami i problematyce bezpieczeństwa cyberprzestrzeni państw i ich gospodarek oraz nowych zadań edukacyjno-etycznych stojących przed psychologią społeczną i antropologią wychowania. Podnosi się również problematykę prawa w przestrzeni wirtualnej, zwłaszcza ochrony prywatności e-obywatela z jednej strony, z drugiej zaś dylematów związanych z podmiotowością sprawczą *online*, zwłaszcza na gruncie tzw. cyberaktywizmu politycznego¹¹.

Jaka będzie przyszłość Internetu jako środka komunikacji? Na to pytanie odpowiedzą kolejne generacje społeczeństw, ewoluujące w kierunku denaturalizacji człowieka na rzecz technicznie rozwiniętych e-społeczeństw w świecie cyberprzestrzeni trans- i posthumanistycznej.

Kultura digitalna – kultura partycypacyjna

W postmodernistycznym świecie rewolucja technologiczna wpłynęła na zmianę stylu wytwarzania i odbioru dóbr kulturalnych. Dzisiejsza produkcja wydawnicza, filmowa, telewizyjna, muzyczna, a także sfera gier komputerowych to kreatywny przemysł kulturalny, podlegający digitalizacji, ponieważ jest produkowany i dystrybuowany z wykorzystaniem technologii cyfrowej. Tak więc nie tylko komputer osobisty i telefon komórkowy, ale też wszystkie pochodne, interaktywne urządzenia cyfrowe wytworzyły nową sferę komunikacyjno-kulturową,

¹¹ M. Lakomy, *Demokracja 2.0. Interakcja polityczna w nowych mediach*, Akademia Ignatianum, Wydawnictwo WAM, Kraków 2013.

określaną rozmaicie – od epoki multimediiów, poprzez „wtórną oralność”¹², „oralność piśmienną”¹³, „telepiśmienność”¹⁴, „cyberkulturę”¹⁵, aż po „kulturę digitalną” (od ang. *digit = palec, cyfra*), do którego to terminu się skłaniam¹⁶.

Dla antropologa kultury termin „kultura digitalna” albo „cyfrowa” wydaje się bliższy pojęciowo, ponieważ sposób wydobywania i przekazywania znaczeń natury odbywał się zawsze drogą kodowania kulturowego pojęć, które współcześnie ulegają procesom digityzacji. Z jednej strony bowiem ruch palców na klawiaturze lub dotykanie palcem ekranu umożliwia przekształcenie mowy i myśli ludzkiej w formę chirograficzną, z drugiej zaś strony technologia cyfrowa tworzy magazyn ludzkiego myślenia, umożliwiając przechowywanie digitalnych informacji w postaci numerycznych danych plików tekstowych i binarnych, kodowania cyfrowego (0.1), etc.

Tak więc dawniejszy kontakt kulturowy „twarzą w twarz” (*face-to-face*) ustąpił dziś miejsca komunikacji *interface-to-interface*, otwierając się na wszystkie grupy jej uczestników. Sprzyja to wymianie poglądów, osobistych opinii, reagowaniu na nowe fakty i zjawiska oraz dzieleniu się zbiorowymi emocjami. Stosując *e-mailing*, *chatting* i *blogging* użytkownicy Sieci dają upust radości, smutkowi czy agresji w przestrzeni grup i forów dyskusyjnych o charakterze klubowym oraz wszelkiego rodzaju komunikatorów (na czele ze słynnym Skype), dzięki którym zbliżają się do siebie ludzie o podobnych pasjach i preferencjach życiowych, a także zainteresowaniach niszowych; od miłośników Chucka Norrisa po użytkowników cmentarzy wirtualnych.

Wśród nastolatków (a obecnie również w kręgach specjalistów od reklamy¹⁷) rekordy popularności bije Snapchat, komunikator dostępny na urządzenia mo-

12 W. J. Ong, *Orality and Literacy: The Technologizing of the Word*, New York 1982 (por. przekład polski z 1992 r.).

13 B. Gronbeck, T. J. Farrel, P. A. Soukup (eds.), *Media, Consciousness, and Culture Explorations on Walter Ong's Thought*, Sage, London 1991, s. 197.

14 S. E. Mizrach, *From Orality to Teleliteracy*. www.2.fiu.edu/~mizrachs (dostęp: 09.04.2016).

15 M. Dery, *Escape Velocity: Cyberculture at the End of the Century*, Grove, New York 1996; D. Porter (ed.), *Internet Culture*, Routledge, New York 1997; D. Bell, B. D. Loader, N. Pleace, D. Schuler, *Cyberculture: The Key Concepts*, Routledge, London 2004.

16 V. Krawczyk-Wasilewska, *E-folklor jako zjawisko kultury digitalnej*, „Transformacje. Pismo Interdyscyplinarne” 2008–2009 (t. 58–63), s. 220–228.

17 Np. promocja miasta prowadzona przez Urząd Miasta Łodzi. S. Kmiecik, *Promocja Łodzi w dziesięć sekund*, „Gazeta Wyborcza” (dodatek: Łódź Wyborcza), 28 lipca 2016, s. 2.

bilne z systemem Android oraz na iPhone. Umożliwia on wysyłanie zdjęć, filmów wideo oraz rysunków do pojedynczych kontaktów lub wielu osób jednocześnie. Odbiorca widzi wiadomość maksymalnie przez 10 sekund, następnie wiadomość ta ulega samozniszczeniu. Tym międzyludzkim kontaktom na nie-spotykaną dotychczas skalę sprzyja popularność serwisów społecznościowych na czele z największym, liczącym miliard użytkowników Facebookiem, zwanym też państwem świata, ponieważ dysponuje największym (personalnym i instytucjonalnym) archiwum początku XXI w.¹⁸

Dzięki kulturze digitalnej zmieniający się świat nie staje się lepszy, ale jest coraz bardziej otwarty i mniej tajemniczy, a to przekłada się również na konsekwencje polityczne. Dobitym tego przykładem były rozruchy polityczne na kontynencie afrykańskim. Można wymienić tutaj Arabską Wiosnę (2010–2013), poprzedzoną tzw. egipskim przebudzeniem, do którego walenie przyczynił się w 2006 r. lokalny bloger i aktywista demokratyczny Wael Abbas. Digitalna kultura polityczna to także internetowy Twitter, strony i blogi polityków, wreszcie SMS-y wyborcze, na przykład skuteczny SMS rozsyłany w czasie kampanii wyborczej do parlamentu w roku 2007¹⁹. *Notabene*, po upływie kilku lat, zarówno w Polsce, jak i w Egipcie sytuacja polityczna uległa całkowitej zmianie.

W świecie kultury digitalnej Internet postrzegany jest ambiwalentnie; z jednej strony jako encyklopedia globalnego ludu, z drugiej zaś jako miejsce działań bliżej nieokreślonych, anonimowych obywateli Sieci (*non-folk netizens*) i to pomimo faktu, że za każdą symboliczną interakcją stoi człowiek²⁰. Co więcej, techniczne możliwości umożliwiają wyrażanie indywidualnej kreatywności; ludzie anonimowo redagują Wikipedię oraz publikują w Sieci swoje utwory literackie, muzyczne, plastyczne, fotograficzne i filmowe. Te ostatnie, często w postaci amatorsko nagrywanych filmików, tworzą ponad 1,5-miliardowe archiwum portalu YouTube.

Zaznaczyć też trzeba, że kształtowanie form artykulacji owej egalitarnej twórczości często nawiązuje do zasady, określanej w żargonie grafików kompu-

18 D. Miller, *Tales from Facebook*, Polity Press, Cambridge 2011; S. Turkle, *Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*, Basic Books, New York 2011. Por. też film fabularny poświęcony historii portalu Facebook pt. *The Social Network* (2010 r.) w reżyserii Davida Finchera (oparty na książce Bena Mezricha wydanej w 2010 r.).

19 „Założenie butów 30 sek. Spacer do lokalu wyborczego 600 sek. Oddanie głosu 120 sek. Ujrzenie niezadowolonej miny Kaczora po wyborach BEZCENNE:-)” (tekst SMS rozsyłany w okresie kampanii wyborczej, 18–21.10.2007 r.).

20 T. Blank (ed.), *Folk Culture in the Digital Age. The Emergent Dynamic of Human Interaction*, University Press of Colorado, Boulder 2012, s. 2.

terowych mianem KISS (*Keep it simple, stupid!*). Ponadto twórczość ta wykazuje wpływ elementów powszechnie wykorzystywanych w przekazie internetowym, jako to: gotowe dialogi eksperckie, obcowanie z inteligentnie gadającymi manekinami (tzw. *chatterbotami*), wykorzystywanie awatarów, zacieranie się sfery prywatnej z publiczną i inne formy „usieciowionych” zachowań twórców, a jednocześnie uczestników komunikacji wirtualnej.

Sieciowi twórcy mogą również zmieniać (na zasadzie remiksu) lub modyfikować i uaktualniać twórczość już istniejącą, np. przez łączenie profesjonalnych wideoklipów z własnym tekstem, muzyką, ilustracją czy awatarem. Autorzy ci tworzą więc hybrydowe kreacje medialne i dzielą się nimi z innymi użytkownikami, niekiedy w celu zdobycia niezwyklej popularności.

W tym aspekcie kultura digitalna jest rodzajem „kultury partycypacyjnej”²¹, której wytwory niełatwo poddają się analizie przy użyciu dotychczas stosowanych kryteriów metodologicznych. Być może semiotyczne pojęcie „hipertekstu”²² mogłoby tu być wyzyskane ze względu na strukturę plików tekstowych, zawierających odniesienia do innych tekstów (*via* linki i superlinki), dostępnych na każdym etapie nawigacji.

Internet jest bowiem rodzajem hipertekstu, bazującym na strukturze stron *www* pisanych w języku HTML (*Hypertext Markup Language*). W istocie więc to anonimowy odbiorca (czytelnik, widz) danej strony *www*, dopełnia ów akt twórczy swoją własną aktywnością *online*, np. tworząc hiperlinki Wikipedii. Działając niczym tradycyjny ‘nosiciel’ folkloru ma on możliwość poprawiania, modyfikowania i reinterpretowania nigdy nieskończonego, nieliniowego hipertekstu, co przypomina nam teorię dzieła otwartego opisaną przez Umberto Eco²³.

Zjawisko e-folkloru

Środowisko multimediów cyfrowych okazało się znakomitym podglebiem do ukształtowania specyficznej twórczości (pisanej, wizualnej i para-oralnej), przeważnie o charakterze ponadlokalnym i w dużej mierze ludycznym, która może być określona jako folklor przekazywany drogą elektroniczną, w skró-

21 H. Jenkins, I. Mizuko, D. Boyd, *Participatory Culture in a Networked Era: A Conversation on Youth, Learning, Commerce, and Politics*, Polity Press, Cambridge 2016; L. Lessig, *Remix: Making Art and Commerce Thrive in the Hybrid Economy*, Penguin Books, New York 2009.

22 T. H. Nelson, *Opening Hypertext. A Memoir*, [w:] M. C. Tuman (ed.), *Literacy Online. The Promise (and Peril) of Reading and Writing with Computers*, University of Pittsburgh Press, Pittsburgh 1992.

23 U. Eco, *Opera aperta*, Bompiani, Milano 1962 (przekład polski 2008).

cie: *e-folklor*. Termin ten, upowszechniony został w 2005 r. (*notabene* po moich długich dyskusjach z prof. Rolfem Brednichem²⁴, ówczesnym redaktorem naczelnym czasopisma folklorystycznego „Fabula”) podczas obrad 14 Kongresu Międzynarodowego Towarzystwa do Badania Folkloru Narracyjnego (ISFNR) w Tartu²⁵. I choć w środowisku folklorystów pojęcie e-folkloru obrosoło już pewną tradycją badawczą, a nawet dydaktyczną²⁶, to od całkiem niedawna popularnością cieszy się termin – *folklor digitalny*, upowszechniany przez koła medioznawcze.

Naszym zdaniem folklorysty postrzegają e-folklor jako funkcjonalny odpowiednik tradycyjnych gatunków folklorystycznych²⁷, pierwotnie funkcjonujących w obrębie kultury oralnej, podczas gdy eksperci zajmujący się mediami traktują folklor digitalny jako wyraz technicznych i artystycznych możliwości multimediów. Takie podejście świetnie ilustruje pierwsza wystawa pt. *Digital Folklore* zorganizowana w Dortmundzie w 2015 r. przez Hartware MedienKunstVerein (HMKV)²⁸, którą poświęcono amatorskiej twórczości z dawnych stron www.Geocities. Kuratorami wystawy była para artystów folklorystów internetowych Olia Lialina i Dragan Espenschied, którzy reprezentowali artystyczną Merz Akademie. W ich znacznie wcześniej ogłoszonej publikacji pojęcie folkloru digitalnego zostało zdefiniowane jako „obyczaje, tradycje i elementy wizualne, słuchowe oraz tekstualne nowej kultury medialnej, tworzone przez użytkownika aplikacji komputerowych”²⁹.

W artystycznie ukierunkowanej twórczości medialnej technologia wspomaga współczesny jej obraz i gwarantuje widownię. Strony takie jak www.devian-

24 R. W. Brednich, www.worldwidewitz.com. *Humor im Cyberspace*, Herder, Freiburg 2005.

25 Referat wygłoszony w Tartu został opublikowany rok później: V. Krawczyk-Wasilewska, *e-Folklore in the Age of Globalization*, „Fabula. Journal of Folklore Studies” 2006, Vol. 47, s. 248–254.

26 W latach 2006–2014 autorka niniejszego prowadziła na Uniwersytecie Łódzkim konwersatorium z e-folkloru dla studentów etnologii. Cieszyło się ono dużym zainteresowaniem młodzieży, bo dotyczyło jej codziennego świata.

27 Por. G. Gańczarczyk, P. Grochowski (red.), *Folklor w dobie Internetu*, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, Toruń 2009; W. Burszta, A. Pomieciński (red.), *E-Folklor*, „Kultura Popularna” 2012, nr 3 (33); V. Krawczyk-Wasilewska: *Folklore in the Digital Age: Collected Essays*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2016, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2016.

28 http://www.kmkv.de/en/programm/programmpunkte/2015/..., (dostęp: 10.04.2016).

29 O. Lialina, D. Espenschied (eds.), *Digital Folklore. To Computers Users with Love and Respect*, Designed by M. Buerger, Merz & Solitude, Stuttgart 2009.

art.com czy www. digitalartsonline.com prezentują zarówno dzieła wybitnie utalentowanych artystów, jak i obecny w Sieci kicz, który powoduje, iż ortodoksyjni krytycy sztuki zapowiadają rychły koniec kultury tzw. wysokiej. W opozycji do tej opinii są ci, którzy podziwiają zaplecze technologiczne sztuki uprawianej online przez amatorów i traktują kicz jako formę folkloru digitalnego, kreowanego w „pięknym języku nowych mediów” przez i dla użytkowników Sieci³⁰.

Przypomnieć warto, że termin *folklore* został wymyślony przez Williama Thomsa w połowie XIX w.³¹ i był stosowany w odniesieniu do kultury chłopskiej na określenie produktów wielowiekowej praktyki komunikacji „tworzą w twarz”, przekazywanych z pokolenia na pokolenie, przeważnie w środowiskach niepiśmiennych. W XX w. desygnaty pojęcia folklor obejmowały już artefakty³² i zachowania kulturowe wyrażające tożsamość grupy³³. Tradycyjnie folklor charakteryzował się bezpośredniością przekazu w obrębie małych społeczności lokalnych³⁴ i zawdzięczał swoje rozprzestrzenianie aktywnym nosicielom tradycji³⁵: dziadom prośalnym, wędrownym bardom i obraźnikom, rekrutom, flisakom oraz lokalnym autorytetom – starszyźnie, znachorom, bajarzom i „menadżerom” rytuałów, do których należały np. wiejskie kucharki weselne.

³⁰ <http://digital-folklore.org/>, (dostęp: 10.04.2016); [http://digitalartsonline.com](http://digitalartsonline.com;); <http://www.polskagrafikacyfrowa.pl> (dostęp: 27.07.2016).

³¹ Ambrose Merton [William Thoms], *Folk-Lore*, „Athenaeum” 1846, No. 982 (22.08). Przekład V. Krawczyk, „Literatura Ludowa” 1975, nr 6, s. 37–39.

³² W szerokim sensie chodzi o tradycje przekazywane oralnie, wizualnie lub przez naśladownictwo i dotyczące literatury, muzyki, tańca, sztuk wizualnych, wierzeń ludowych, obrzędów i tradycyjnych technologii. W sensie wąskim folklor oznaczał etnopoetykę i literaturę słowną.

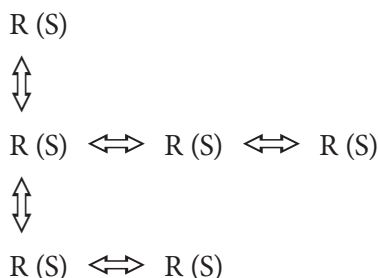
³³ W XX w. pojęciem *folk* objęto nie tylko ludy prymitywne i dawniejsze społeczności chłopskie, ale też – zgodnie z koncepcją A. Dundesa – każdą grupę ludzką, którą łączy co najmniej jeden wspólny czynnik. Nieistotne jest więc, czy czynnik ten ogranicza lub izoluje grupę, ale ważne jest, że grupa ta posiada tradycję, którą określa mianem własnej. A. Dundes, *The Study of Folklore*, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, N.J. 1965, s. 2. Szerzej na ten temat: V. Krawczyk-Wasilewska, *Współczesna wiedza o folklorze*, Ludowa Spółdzielnia Wydawnicza, Warszawa 1986, s.18–19.

³⁴ D. Ben-Amos, *Toward a Definition of Folklore in Context*, „Journal of American Folklore” 1971, Vol. 84, s. 13. Na temat estetycznych i synkretycznych aspektów folkloru ustnego: W Gusiew, *Estetyka folkloru*, Ossolineum, Wrocław 1974.

³⁵ C. von Sydow, *On the Spread of Tradition*, [w:] L. Bødker (ed.), *C. W. von Sydow: Selected Papers on Folklore. Published on His 70 Anniversary*, Rosenkilde & Bagger, Copenhagen 1948, s. 11–43.

Dawniejszy folklor miał zasięg lokalny, przez co silnie oddziaływał na tożsamość środowiskową grupy. Dzisiejszy e-folklor utracił charakter lokalny, nie różnicuje tak silnie środowisk i prowadzi do dyslokacji³⁶, często znosząc bariery i granice przestrzenne, kulturowe i etniczne oraz sprzyja powstawaniu mnogich tożsamości wirtualnych.

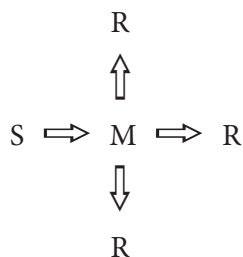
Różnice między tradycyjnym i współczesnym mechanizmem przekazu folkloru mogą być zilustrowane w sposób graficzny, przy założeniu, że szlak komunikacji naturalnej³⁷ przebiegał następująco:



R = odbiorca (adresat, słuchacz, widz, czytelnik)

S = nadawca, podmiot (śpiewak, narrator, wykonawca)

W nowym świecie e-folkloru, komunikacja techniczna umożliwia wszystkim uczestnikom przekazu pełnienie roli zarówno twórcy, jak i moderatora przekazu:



M = medium (manuskrypt, druk, wideo, audio, strona www)

³⁶ V. Krawczyk-Wasilewska, *E-folklor jako zjawisko kultury digitalnej*, [w:] G. Gańczarczyk, P. Grochowski, *Folklor w dobie Internetu*, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, Toruń 2009, s. 18.

³⁷ Por.: R. Jakobson, *Closing Statements: Linguistics and Poetics*, [w:] T. A. Sebeok (ed.), *Style in Language*, MIT Press, Cambridge Mass. 1960, s. 350–377.

Wśród ortodoksyjnych folklorystów folklor traktowany jest jako ustne i niematerialne dziedzictwo ludzkości. Jest więc zjawiskiem kulturowym, które odzwierciedla zasób nieformalnej i codziennej wiedzy lokalnego środowiska.

Wartościom, normom, tradycjom oraz stereotypom akceptowanym przez grupę odpowiadają rytuały, wierzenia, obrzędy i zwyczaje, tradycje kulinarne, pieśni, folklor narracyjny (bajki, legendy, podania) i nienarracyjny (zagadki, przysłowia, rymowanki i wyliczanki dziecięce) oraz wiele gatunków przejściowych (np. plotki, pogłoski, dowcipy).

Dla antropologa kultury folklor – jako część kultury symbolicznej – ujawnia też światopogląd grupy; jej postawy, opinie, uprzedzenia i lęki wobec obcych, nieznanych lub ryzykownych zjawisk oraz sytuacji³⁸. Pozornie indywidualne, jednostkowe przekazy folklorystyczne dotyczące jakiegoś problemu są w rzeczywistości projekcją zbiorowego myślenia.

Ze swej istoty przekaz folklorystyczny zawsze miał charakter anonimowy, kolektywny i musiał znajdować akceptację grupy, w której funkcjonował; był też multiplikowany w wariantach przekazywanych synchronicznie w obrębie danej grupy i diachronicznie, z pokolenia na pokolenie, stając się przedmiotem nieustannego aktu twórczego i odtwórczego.

Wspomniane tu cechy organiczne folkloru (wariantowość, powtarzalność i dynamizm przekazu) sprzyjały funkcjonowaniu folkloru tradycyjnego, który opierał się na istnieniu społeczności lokalnych, kultur typu ludowego, wreszcie kultur środowiskowo-zawodowych. W takim ujęciu folklor był głównie utożsamiany ze sztuką słowa (literatura ustna), z czasem także angażował muzykę, pismo i inne środki obrazowania, ulegając w końcu przemożnemu wpływowi kultury masowej. W zależności od zmieniających się czasów, zmieniały się jego wyróżniki oraz wartości ideowe i estetyczne, zawsze jednakże cechowały go funkcje: komunikacyjna, ludyczna i kulturotwórcza (jako przekaźnika kultury).

Podobnie dzieje się z dzisiejszym e-folklorem, który różni się od tradycyjnego tym, że funkcjonuje wśród ogromnej, ciągle rozrastającej się *online* ekumeny. Ów globalny „lud” (zwany czasem cyberspołeczeństwem obywateli Sieci) jest z pozoru rozproszoną wspólnotą bez tożsamości, jednakowoż składa się on z różnych grup „plemiennych” i „docelowych” (tzw. „targetowych”),

³⁸ V. Krawczyk-Wasilewska, *Współczesna wiedza...*, s. 40–41; eadem, *AIDS. Studium antropologiczne*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2000, s. 94–100.

połączonych zainteresowaniami, poglądami, wartościami i wierzeniami³⁹. Grupy te stanowią odpowiednik dawniejszych społeczności i wspólnot lokalnych.

Również wiele tradycyjnych gatunków folkloru w swej istocie pozostało niezmiennych, choćby pogłoska, narracja personalna, dowcip czy parodia, gry i zabawy oraz ironiczne, niekiedy cyniczne dowcipy zwane demotywatorami, ponadto anegdoty o sławnych osobach (w tym tzw. celebrytach internetowych), a także gatunki przechowujące tzw. pamięć indywidualną i zbiorową (jak memoraty i kronikaty),

Jednakże pod wpływem nowych mediów wiele tradycyjnych form uległo modyfikacji, funkcjonując w postaci mieszanej: pismo – dźwięk – obraz (często animowany). Humorystyka polityczna wykorzystuje te możliwości technologiczne w całej rozciągłości. Przykładem może być tzw. czarny humor smoleński wraz z bitwą o krzyż (2010 r.), którą wykorzystano jako wątek gry komputerowej.



Rycina 4. Bitwa o krzyż. Gra komputerowa (<http://www.gazetalubuska.pl/gry/.../7864940,bitwa-o-krzyz-pod-palacem-prezydenckim-czyli-nowa-gra-komputerowa,id,t.html>)

Dzięki nowym możliwościom technicznym powstały też całkiem nowe, interaktywne formy, takie jak *blogging* i *chatting*, a także łączące *storytelling* z odgrywaniem ról i tworzeniem tożsamości wirtualnych poprzez udział w grach symulacyjnych, fabularnych i społecznych oraz tzw. serwisach społecznościowych⁴⁰.

³⁹ Por. R. G. Howard, *Digital Jesus. The Making of a New Christian Fundamentalist Community on the Internet*, New York University Press, New York 2011.

⁴⁰ V. Krawczyk-Wasilewska, T. Meder, A. Ross (eds.), *Online Identities, Representations, and Conducts*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2012.

Wśród starych, ale wciąż popularnych gatunków e-folkloru znajdują się znane od średniowiecza łańcuszki szczęścia, a wśród zupełnie nowych, ale bazujących na odwiecznej naiwności ludzkiej są e-maile o charakterze ofert handlowych i inwestycyjnych, informacji o nagłych i wielkich spadkach, wygranych w grach losowych i innych konkursach, a także listów proszalnych od *quasi*-organizacji charytatywnych. Niestety, jedynym celem takich przekazów, wciągających odbiorcę/ofiara w grę psychologiczną, jest albo bezpośrednio wyłudzenie pieniędzy, albo też pośrednie – poprzez wydobycie tzw. wrażliwych danych osobowych (*phishing*). Cyberprzestępcy podają się za administratorów serwerów pocztowych, firmy prawnicze, windykacyjne i ubezpieczeniowe, banki, pocztę, agencje turystyczne itp.

Od początku istnienia Internetu operują w Sieci również oszuści międzynarodowi, których przekazy emailowe policja określa mianem „oszustwa nigeryjskiego” (*Nigerian scam*)⁴¹. Polega ono na wysłaniu wiadomości (najczęściej napisanej w jęz. angielskim), której fabuła oparta jest na propozycji atrakcyjnego finansowo pośrednictwa w fikcyjnym transferze dużej kwoty pieniężnej lub towaru (np. ropa nigeryjska) z jednego z krajów afrykańskich, a także, całkiem od niedawna, z Europy lub Azji⁴². Ofiarami oszustów bywają nie tylko osoby prywatne, ale i przedsiębiorstwa, również działające w przestrzeni platform aukcyjnych (e-Bay, Allegro), naiwnie liczące na zyskowną współpracę z nieznanym partnerem.

Nowymi formami e-folkloru są blogi, *tweety* – błyskotliwe powiedzenia zaczerpnięte z Twittera, opowieści o szczęśliwym zakończeniu (publikowane na stronach portali randkowych), teksty e-życzeń na wszystkie okazje, jak również wiersze i napisy nagrobne propagowane na stronach cmentarzy wirtualnych, wreszcie fałszywe ostrzeżenia oszustów o wirusach („Twoja komórka jest zainfekowana. Pobierz program antywirusowy”).

Wśród użytkowników komunikacyjnych urządzeń elektronicznych największym powodzeniem cieszy się najobszerniejszy dział e-folkloru, a mianowicie humorystyka digitalna, obfitująca w satyryczne memy⁴³ i zabawne animacje, których obfitość świadczy, iż współczesny człowiek nadal przynależy do gatunku *homo ludens*⁴⁴. Wymianę tych przekazów w formie SMS-ów,

41 https://pl.wikipedia.org/wiki/Nigeryjski_szwindel, (dostęp 27.07.2016).

42 Por. zabawny komiks Nitrozaca & Snaggy’ego o nigeryjskim oszustwie w ich serialu *The Joy of Tech...* (<http://www.geekculture.com/joyoftech/joyarchives/898.html>), (dostęp: 12.06.2016).

43 R. Dawkins, ‘Memes’, *Brief Candle in the Dark: My Life in Science*, Bantam Press, London 2015, s. 404–408; L. Shifman, *Memes in Digital Culture*, The MIT Press, Cambridge Mass. 2013; O. Solon, *Richard Dawkins on the internet’s hijacking of the word ‘meme’*, „Wired. UK” 2013, 20 June.

44 R. W. Brednich, *op. cit.*; E. Oring: *Engaging Humor*, Urbana, Chicago 2003.

MMS-ów, wideo i fotografii podtrzymują najaktywniejsi użytkownicy multimedialnych, głównie młodzież. Dzięki najbardziej demokratycznemu medium jakim jest Internet, plotka, pogłoska i dowcip obiegają świat w ciągu minuty. Przekazy e-folkloru mnożą się do niewyobrażalnych granic, szybko zmieniając adresatów i ukrywając się w obrębie różnych, wyspecjalizowanych tematycznie stron *www*, ale też równie szybko znikają bezpowrotnie, ustępując miejsca następnym, aktualnym efemerydom. Odszukiwanie dawniejszych przekazów bywa utrudnione, mimo posługiwania się popularnymi przeglądarkami. Często w odnalezieniu ich nie pomaga nawet „modlitwa” do patrona Internetu – świętego Izydora z Sewilli (Isidorus Hispaniensis, 560–636 n.e.).

Język e-folkloru

Szczególne miejsce w przekazie e-folkloru odgrywa język jego użytkowników. Angielski jako język odkrywców technologii medialnych stał się wspólnym, globalnym językiem, pełniącym funkcję współczesnej „*lingua franca*”. Dla określenia dyskursu komunikacji elektronicznej istnieje wiele różnych nazw, jako to:

Netspeak, Cyberspeak, Netlish, Weblish, Internet Language, Electronic Language, Interactive Written Discourse, Computer-Mediated Communication (CMC).

Wzorując się na technologiach komunikacyjnych (np. Microsoftu), języki narodowe przejęły jednocześnie cały angielski zasób leksykalny nie tylko w zakresie terminologii technicznej, ale też w postaci swoistego „dialektalnego” żargonu, rozwijanego adekwatnie do postępu technicznych możliwości komunikacyjnych. Stąd polskie rzeczowniki „blog”, „czat”, „email”, „spam”, „laptop” etc. Żargon ów objawia się używaniem nie tylko określonego nazewnictwa, ale też popularnych – w skali międzynarodowej – angielskich akronimów, na przykład:

ASAP [*as soon as possible*] = tak szybko, jak to możliwe

4U [*for you*] = dla ciebie

F2F [*face to face*] = w twarz

LOL [*laughing of loud*] = pękać ze śmiechu

OMG [*Oh, My God*] = o mój Boże

prOn = „*porn*”

Żargon ten stworzył także subżargon, używane przede wszystkim w społeczności internautów i użytkowników SMS-ów, łącząc elementy języka tajemnego (dla wtajemniczonych) ze specjalnym kodem, przypominającym jako

żywo języki tajemne dzieci czy więźniów. Do takich należy np. *a leet* (pochodzący od ang. *elite*), zwany też *leetspeak* albo „1337” polegający na transliteracji słów z wykorzystaniem cyfr, liter alfabetu i innych znaków graficznych, fonetycznym zapisie i odczycie oraz umyślnych błędach typograficznych (np. d00d = *dude*; 1337/133t = *elite*). Język ten narodził się z potrzeby uniknięcia cenzury nakładanej przez część usługodawców sieciowych na treści kolidujące z dobrymi obyczajami. Opanowany do perfekcji przez łamaczy kodów – „hakerów”, „krakersów” i „nerdów” ewoluował w kierunku minimalizacji komunikatu, z czasem przechodząc do korespondencji elektronicznej prowadzonej wśród amatorów (nazywanych *newbs*, *noobs*)⁴⁵. Należy tu zaznaczyć, że ze względu na rozbudowaną strukturę ortograficzną i gramatyczną, polszczyzna sieciowa w mniejszym stopniu przyswoiła zasady *leetspeaku*.

Korespondencja z użyciem języka e-folkloru cechuje się wieloma specyficznymi elementami. Jednym z nich jest zwięzłość wypowiedzi oraz posługiwanie się określonym kodem i stosowanie charakterystycznych formuł zamykających wypowiedź. W korespondencji digitalnej popularnością cieszy się też znak „x”, kończący tekst emaila lub SMS-a, stawiany po imieniu (lub zamiast podpisu) nadawcy, oznaczający serdeczny uścisk lub pocałunek. Rzecz ciekawa, że jeszcze w latach 50. XX w. wielu rodzimych analfabetów podpisywało tzw. krzyżykiem (lub trzema krzyżykami) wszelkiego rodzaju dokumenty pisane w ich imieniu. Zwyczaj ten sięga bardzo odległej tradycji, gdy znak krzyża oznaczał przysięgę, ale też nawiązuje do pierwszej litery słowa greckiego Chrystus (Χριστος), a także do zwyczaju całowania krzyża.

Funkcję integracyjną w przekazie e-folkloru pełnią też znaki graficzne i piktogramy służące do wyrażania emocji, zwane emotikonami, smileysami lub ‘emoji’ (polskie odpowiedniki to „śmieszki” i „buźki”), symbolicznie przedstawiające w licznych wariantach ludzki wyraz twarzy, obrócony o 90° w kierunku przeciwnym do wskazówek zegara⁴⁶. Większość emotikonów typu zachodniego wymaga więc czytania bocznego. Oto przykłady:

-:) oznacza **uśmiech** -:(oznacza **smutek** -:((oznacza **wielki smutek**

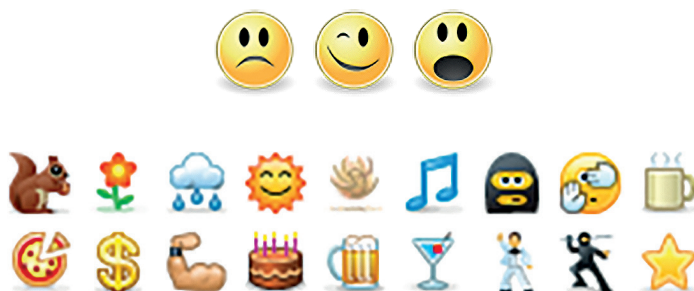
⁴⁵ E. R. Raymond, G. L. Steele jr., *The New Hacker's Dictionary*, MIT Press, Cambridge Mass.–London 1996.

⁴⁶ Scott E. Fahlman, informatyk z Carnegie Mellon University był pierwszym, który już w 1982 r. zaproponował, by dodawać emotikon w celu odróżnienia przekazu żartobliwego od postu pisanego serio. Á. Veszelszki, *Emoticons vs. Reaction-Gifs. Non-Verbal Communication on the Internet from the Aspects of Visuality, Verbality and Time*, [w:] A. Benedek, K. Nyíri (eds.), *Beyond Words. Pictures, Parables, Paradoxes*, Series Visual Learning, Vol. 5, Peter Lang, Frankfurt 2015, s. 131–145.

Bardziej cierpliwi użytkownicy stosują tzw. styl mangowy nawiązujący do rozszerzonego kodu ASCII (*American Standard Code for Information Interchange*), np.:

(*_*) (^.^)

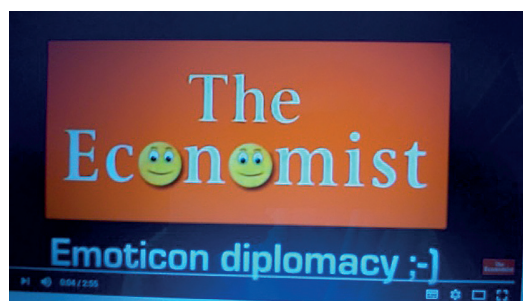
Jednakże największą popularnością cieszą się emotikony w formie animowanych twarzączek i stylizowanych obrazków, które to gadzety – w postaci aplikacji – dodawane są przez producentów telefonów komórkowych i dostawców poczty internetowej, np.:



Rycina 5. Przykłady emotikonów i piktogramów

(<https://www.google.pl/search?q=emotikony+do+skopiowania&espv=2&biw=1600&bih=799&tbm=isch&tbo=u&source>)

Ciekawym przykładem może być wykorzystanie emotikonów jako sposobu wyrażenia przez Europejczyków wzajemnych opinii o sobie w animowanym, żartobliwym filmiku ogłoszonym przez globalny organ prasowy „The Economist”:



Rycina 6. How do Europeans really feel about each. Emoticon diplomacy

(<https://www.youtube.com/watch?v=cltWJIEDEUME>)

Cytowane wyżej przykłady pokazują, że emocjonalne „buźki” i ideogramy mają charakter uniwersalny, niezależny od języka i przynależności etnicznej nadawców i odbiorców e-komunikatów. Polski wkład do tematyki emotikonów ilustruje ryc. 7.



Rycina 7. Polski plakat z okazji Olimpiady w Moskwie (1980). Autor: Łukasz Katlewa (https://commons.wikimedia.org/wiki/File:1980_Moscow_Olympic_Games_Polish_poster.jpg)

Stanowiąc nową odmianę języka narodowego, usytuowaną pomiędzy formą pisaną i mówioną, język e-folkloru podlega ciągłej ewolucji, przedostając się do języka potocznego, a także do przekazów pisanych odręcznie. Jednakowoż język ten zachowuje swoje cechy charakterystyczne, jako to: dążność do skondensowanej i ekspresywnej wypowiedzi; formułczość przekazu, używanie neologizmów, akronimów i zdrobnień; pogarda dla tradycyjnej ortografii (zwłaszcza interpunkcji), preferowanie zapisu fonetycznego oraz stosowanie piktogramów typograficznych na zakończenie wiadomości lub postu.

Język e-folkloru sprzyja podtrzymywaniu szczególnej obyczajowości jego użytkowników. Określa się ją mianem netykiety (*netiquette*), inaczej niepisanego zbioru zasad korzystania z Internetu, czyli internetowego *savoir-vivre*'u⁴⁷. Zbiór zasad przyzwoitego zachowania w Sieci ma już pewną tradycję, która podlega ciągłej modyfikacji. Do zasad tych należy np. nakaz odpowiadania na e-maile tak szybko jak to możliwe, nakaz zapoznawania się z wykazem FAQ (*Frequently Asked Questions*) przed zadaniem pytania, zakaz wysyłania wulgaryzmów, zakaz wysyłania e-maili/postów do kilku grup naraz i zaśmiecania Sieci, zakaz pisania tylko wielkimi literami, co traktowane jest jako krzyk oraz szereg innych zasad postępowania. Przykładem zachowań sprzecznych

⁴⁷ V. Shea, *Netiquette*, Albion Books, San Francisco 1994. Por.: <http://www.rfc1855.net>, (dostęp: 10.06.2015).

z netykietą jest choćby *flamewar*, czyli wojna na obelgi odbywająca się w przestrzeni listy dyskusyjnej czy forum tematycznego oraz tzw. mowa nienawiści uprawiana przez hejterów (ang. *hater* = wróg). Świadome i uporczywe przeciwstawianie się zasadom netykiety skutkować może dyscyplinarnemu usunięciu użytkownika z forum dyskusyjnego czy czatu (od ang. *chat* = pogawędka), albo nawet banicją z serwera.

Wskazane powyżej elementy e-folkloru nie wyczerpują całości problematyki, która wymaga dokładniejszych badań w celu usystematyzowania zagadnienia. Tradycyjnie pojmowana folklorystyka polegała na gromadzeniu przekazów folklorystycznych, ich klasyfikacji, archiwizacji i interpretacji zgodnie z założeniami metodologicznymi przyjętymi przez badacza. W wypadku e-folkloru gromadzenie materiału wydaje się poniekąd łatwiejsze; badanie terenowe bowiem ogranicza się do przestrzeni medialnej, a zbieracz może pracować jako niewidzialny obserwator, podglądający przekazy innych uczestników i traktować je jako źródła zastane, może też nawet anonimowo prowokować np. dyskusję na interesujący go temat, traktując uzyskany materiał jako źródła wywołane.

Z drugiej zaś strony praca zbieracka e-folklorysty napotyka na zasadnicze trudności wiążące się z brakiem możliwości autentycznej identyfikacji nosiciela (narratora) e-folkloru, którego tożsamość ukryta jest pod dowolną nazwą czy pseudonimem, zwanym popularnie nikiem (od ang. *nickname*) i który często kreuje własną wirtualną tożsamość za pomocą „awatarów” (małych obrazków sugerujących jakiś reprezentatywny element osobowości nosiciela). Nosiciel przekazu może w ogóle nie informować kim jest, może podawać się za mężczyznę, będąc w rzeczywistości kobietą, może przedstawiać się jako młody, będąc osobą starszą lub jako bogaty i atrakcyjny, będąc zupełnie kimś innym, może pisać „z pracy”, siedząc w tym czasie w więzieniu. Mistyfikacje te zdarzają się często na stronach serwisów towarzysko-randkowych.

Zagadnienie weryfikacji tożsamości jest oczywiście jednym z wielu problemów, do których zaliczyć należy także problematykę etyczną, polityczną, komercyjną i prawną, a w szczególności dotyczącą ochrony własności intelektualnej i dziedzictwa kulturowego.

Wiele trudności sprawia też folklor wizualny, tzw. *PhotoShop-lore*, wywodzący się z tzw. *XeroxCopy-lore* i rozpowszechniany od 1990 r. drogą załączników e-mailowych, rozsyłanych w obrębie określonych grup i środowisk społecznych. Barwne, często animowane i przerabiane graficznie dowcipne obrazy i fotografie są natychmiastowym komentarzem do wielu współczesnych zjawisk, stanowiąc swego rodzaju sztukę (*ars electronica*). *PhotoShop-lore* jest w istocie funkcjonalnym odpowiednikiem ustnie przekazywanych dowcipów i odzwierciedla

te same frustracje, uprzedzenia, tabu kulturowe oraz potrzebę ludzkiego fantazjowania. Nadmienić tu należy, że wizualizacja dowcipu nie ogranicza się tylko do wspomnianych przekazów zawartych w załącznikach e-mailowych; ujawnia się też w filmikach (np. Quicktime, YouTube) i animacjach (Macromedia), wreszcie rozsyłana jest w postaci HTML/ http oraz prezentacji Power Point.

Te ostatnie produkcje, wspomagane ścieżką dźwiękową (*notabene* prezentowane przez studentów etnologii UŁ na zajęciach z e-folklorystyki), potwierdzają synkretyczny charakter folkloru jako sztuki już nie naiwnej, lecz całkowicie świadomie kreowanej i odtwarzanej. Świadczy o tym np. strona www.bitstrips.com, którą posłużył się filozof i publicysta Andy Ross w kreowaniu swoich dowcipnych grafik, publikowanych w przestrzeni własnego blogu (ryc. 8a, b).



Rycina 8a. Filozofowanie wymaga dobrego fotela (zdjęcie Andy'ego Rossa) (<http://www.andyross.net/blog2014q2.htm>) – Bitstrips



Rycina 8b. Tweetuję, więc myślę (zdjęcie Andy'ego Rossa) (<http://www.andyross.net/blog2013q4.htm>) – Bitstrips

Odrębnym zagadnieniem jest gromadzenie i przechowywanie ulotnego e-folkloru. Odkąd istnieje folklorystyka, odtąd zbieractwo i archiwizacja folkloru – ze względu na efemeryczny charakter zjawiska – odbywało się pod hasłem ratowania ulotnych materiałów przed ich zaginięciem. Jednakże dawniejsze archiwa folklorystyczne nie są już w stanie wypełniać swej misji dokumentacyjnej w odniesieniu do nowych potrzeb. Dyskusja nad stworzeniem nowoczesnego i współczesnego archiwum elektronicznego znajduje się w fazie projektowej; pracuje nad tą problematyką Komitet ds. e-folkloru przy Międzynarodowym Towarzystwie do Badania Narracji Folklorystycznej (ISFNR).

Konkludując, współczesne środki przekazu nie zniszczyły tradycyjnej komunikacji sprzyjającej rozprzestrzenianiu się folkloru, poszerzyły jedynie do globalnego wymiaru grono jej uczestników, wpływając na rozwinięcie zmodyfikowanych form przekazu folklorystycznego. Jednakowoż współczesny dyskurs powinien uwzględnić pytanie: do jakiego stopnia dzisiejsze e-przekazy ulegają globalnej homogenizacji i w jakim kierunku ewoluują? Czy digitalna wioska, obfitująca bogactwem ulotnych, krótkotrwałych przekazów stanowi rzeczywiste podglebie nowej kultury globalnej? Czy elektronicznie rozprzestrzeniane efemeryczne przekazy rzeczywiście konstytuują nowy e-folklor?

Rozdział III

Nowa folklorystyka w świetle cyfrowych zasobów dziedzictwa kulturowego

Folklor i folklorystyka

W wielu słownikach i podręcznikach zjawisko folkloru opisywane jest jako tradycyjna sztuka i literatura, wiedza codzienna i praktyki zwyczajowo-obrzędowe przenoszone z pokolenia na pokolenie poprzez przekaz ustny i naśladownictwo, stanowiąc wyraz podzielania poglądów, wartości i norm danej grupy etnicznej i społecznej¹.

Formalną zaś dziedziną akademicką poświęconą badaniu folkloru jest interdyscyplinarna folklorystyka, której status metodologiczny obejmuje elementy antropologii i etnografii, historii i sztuki, literatury i językoznawstwa, semiotyki, muzykologii etc. Folklorystyka zajmuje się badaniem folkloru: jako historycznego artefaktu w aspekcie ciągłości kulturowej (przetrwanie, „uśpienie”, zanik, wznowienie); jako dzieła etnopoetyki (gatunki, wątki, motywy); jako zachowania i tekstu kultury² oraz jako wyrazu grupowej tożsamości. Od początku istnienia folklorystyki niezmienną i specyficzną jej cechą jest gromadzenie różnych form folkloru poświadczającego istnienie tzw. wiedzy codziennej (*lore*) jako rodzaju zbiorowej pamięci grupy (*folk*). Ponieważ folklor jest – *ex definitione* – zjawiskiem płynnym, „żyjącym” w danej sytuacji i czasie, zatem celem zbieractwa folklorystycznego była zawsze jego ochrona przed zapomnieniem poprzez zapis inwentarzowy, klasyfikację i systematyzację oraz archiwizację. Dopiero następny etap czynności badawczych obejmował analizę i interpretację materiałów folklorystycznych. Ponieważ folklor ma znaczenie w wyrażaniu tożsamości grupowej, przeto przynależy do dziedzictwa kulturowego ludzkości, folklorystyka zaś służy procesowi identyfikacji, interpretacji, ochrony, konserwacji i prezentacji tej części dziedzictwa kulturowego.

1 V. Krawczyk-Wasilewska, *Wprowadzenie do folklorystyki*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 1979; eadem, *Współczesna wiedza o folklorze*, Ludowa Spółdzielnia Wydawnicza, Warszawa 1986, s. 12–22; R. F. Bendix, G. Hasan-Rokem, *Introduction*, [w:] R. F. Bendix, G. Hasan-Rokem (eds.), *A Companion to Folklore*, Wiley-Blackwell, Malden MA 2012, s. 1–6.

2 Por. R. A. Georges, M. Owen Jones, *Folkloristics. An Introduction*, Indiana University Press, Bloomington 1995.

Definicja folkloru UNESCO a dziedzictwo kulturowe

Problematyką folkloru zajmują się nie tylko akademicy, reprezentujący różne szkoły badawcze, ale również edukacyjne instytucje globalne, do których zaliczyć trzeba UNESCO. Organizacja ta wypracowała definicję folkloru, która została przyjęta przez 25. Konferencję Generalną (Paryż 1989). Brzmi ona następująco:

Folklor (albo kultura tradycyjna i popularna) stanowi całość – opartej na tradycji – twórczości kulturowo określonej społeczności reprezentowanej przez jednostki i grupy. Folklor jest odbiciem jej społecznej tożsamości; przekazywaniem jej standardów i wartości z pomocą przekazu słownego, poprzez naśladownictwo lub inne środki. Folklor istnieje w formie języka, literatury, muzyki, tańca, gier, mitologii, obrzędów i zwyczajów, rzemiosła, architektury i innych faktów artystycznych³.

Desygnaty pojęciowe wyżej przytoczonej definicji, jak również definicja „oralnego i niematerialnego dziedzictwa kulturowego”⁴ wskazują, iż w ostatnim ćwierćwieczu folklor traktowany jest jako wyraz tożsamości i zróżnicowania kulturowego, który – w warunkach pokojowych – gwarantuje harmonijny i zrównoważony rozwój cywilizacyjny ludzkości. Aspekt identyfikacyjny cytowanej wyżej definicji nawiązuje nie tylko do pojęcia tradycyjnie rozumianej tożsamości etnicznej i kulturowej, ale wskazuje też na współczesne konotacje. W erze kultury digitalnej pojawiło się bowiem pojęcie tożsamości mnogich, a to dzięki istnieniu Internetu jako globalnego środka przekazu⁵. Tak więc na jednym biegunie znajdują się prawa człowieka i akceptacja dla indywidual-

³ <http://portal.unesco.org/en/ev.php> (dostęp: 12.04.2016).

⁴ „**Niematerialne dziedzictwo kulturowe** oznacza praktyki, wyobrażenia, przekazy, wiedzę, umiejętności, i twórczość, jak również związane z nimi instrumenty, przedmioty, artefakty i przestrzeń kulturową, które wspólnoty, grupy i – w niektórych wypadkach – jednostki uznają za element własnej tożsamości oraz kontynuację i rozwój własnej kultury”. *Proclamation of Masterpieces of the Oral and Intangible Heritage of Humanity*, Intangible Heritage Section, Division of Cultural Heritage, UNESCO, Paris 2001, s. 5. Por. H. Jodelka, *Międzynarodowa ochrona niematerialnego dziedzictwa kulturowego*, „Stosunki Międzynarodowe – International Relations” 2005, t. 32, nr 3–4, s. 169–187.

⁵ V. Krawczyk-Wasilewska, Th. Meder, A. Ross, *Shaping Virtual Lives. Online Identities, Representations, and Conducts*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2012.

nej i zbiorowej tożsamości⁶, na drugim zaś nowe zjawiska tożsamościowe wynikające z postępującej globalizacji i onnipotencji kulturowej świata mediów elektronicznych.

Mając powyższe na uwadze, należy stwierdzić, że dzieła twórczości folklorystycznej są częścią dziedzictwa kulturowego i jako takie podlegają pielęgnacji i ochronie w takim samym stopniu, jakim ochrania się i popularyzuje wiedzę o zabytkach kultury materialnej poprzez ich inwentaryzację, konserwację i upowszechnianie. W aspekcie globalnym takie stanowisko, jak już o tym była mowa, reprezentuje UNESCO, a na szczeblu europejskim – Rada Europy, promująca ideę dziedzictwa kulturowego i jego ochrony. Europejskie zainteresowanie problematyką ochraniarską zbiegło się zresztą z podobnymi działaniami UNESCO. Można wymienić tutaj choćby Konwencję UNESCO o Ochronie Niematerialnego Dziedzictwa Kulturowego (17.10.2003) czy Konwencję UNESCO o Ochronie i Promowaniu Różnorodności Form Wyrazu Kulturowego (20.10.2005)⁷.

Kamieniem milowym polityki europejskiej w tym zakresie okazała się Konwencja Ramowa Rady Europy w Sprawie Znaczenia Dziedzictwa Kulturowego dla Społeczeństwa (Faro, 17.10.2005), której art. 2 wprowadził nowe pojęcie „wspólnoty dziedzictwa” (*heritage community*) definiowane jako składające się z ludzi ceniących wartość specyficznych aspektów dziedzictwa kulturowego i życzących sobie by – poprzez aktywność publiczną – dziedzictwo było podtrzymywane i przekazywane następnym pokoleniom⁸.

W tym samym artykule pojawia się termin „dziedzictwo kulturowe” (*cultural heritage*), którym objęto zbiór zasobów odziedziczonych z przeszłości, które są dla ludzi tożsame – niezależnie od prawa własności – z odzwierciedleniem i wyrazem ich własnych, nieustannie ewoluujących wartości, wierzeń, wiedzy i tradycji. Zawiera ono [dziedzictwo – V.K.-W.] wszystkie aspekty środowiskowe wynikające z interakcji pomiędzy człowiekiem i miejscem w ciągu dziejów⁹, a więc dotyczy również unikatowych i nieodnawialnych zasobów (dóbr) *współczesnego życia* w kontekście społecznym, ekonomicznym i technologicznym. Pojęciem zasobów (dóbr) objęto zarówno architekturę, jak i transport, technikę

6 A. P. Cohen, *Self Consciousness: An Alternative Anthropology of Identity*, Routledge, London 1994.

7 <https://www.portal.unesco.org/>, (dostęp: 10.05.2016).

8 <https://rm.coe.int/CoERMPublicCommonSearchServices/DisplayDCTMContent?documentId=0900001680083746> (dostęp: 14.04.2016).

9 <https://rm.coe.int/CoERMPublicCommonSearchServices/DisplayDCTMContent?documentId=0900001680083746> (dostęp: 14.04.2016).

i muzeologię, folklor i kulturę oralną, język, edukację, dziedzictwo audiowizualne itd. Podkreślić tu należy, że nie tylko najbardziej charakterystyczne dla epoki dobra kultury podlegają przemianom cywilizacyjnym, ale też samo pojęcie dziedzictwa kulturowego ulega zmianie generacyjnej. Bowiern to, co dziś traktowane jest jako ważny element dziedzictwa, następne pokolenia mogą całkowicie odrzucić lub – w dłuższej perspektywie – docenić wybiórczo.

Takim „nowym”, obok materialnego i niematerialnego, dziedzictwem jest „dziedzictwo digitalne” (*digital heritage*) definiowane przez UNESCO jako „zasoby kulturalne, edukacyjne, naukowe i administracyjne, oraz informacje techniczne, medyczne i prawne tworzone digitalnie lub przekształcone w formę digitalną dotychczasowe zasoby analogowe”¹⁰. W związku z tym pojęcie dziedzictwa digitalnego ma zastosowanie do mediów cyfrowych, które mogą być wykorzystane do ochrony dziedzictwa kulturowego¹¹.

Dostrzeżenie cywilizacyjnego znaczenia technologii cyfrowej, zarówno w służbie edukacji, rozrywki, sztuki, prawa, turystyki, biznesu itp., jak i dostępu do dawnych zasobów kulturowych, znalazło odbicie w Zaleceniu Komisji Europejskiej (27.10.2011) w sprawie digitalizacji i udostępniania w Internecie dorobku kulturowego oraz w sprawie ochrony zasobów cyfrowych¹².

Jednakowoż poparcie dla problematyki cyfryzacji zasobów kulturowych w Europie rozpoczęło się znacznie wcześniej. Już w 2008 r. dofinansowanie unijne wspomogło zarządzany przez fundację holenderską portal internetowy www.Europeana.eu, który jest formą wielojęzycznego katalogu wirtualnego, odzwierciedlającego zasoby ponad 2 tys. instytucji kultury europejskiej; w tym wielu bibliotek, muzeów i archiwów¹³. Ten wciąż rozrastający się portal obecnie umożliwia użytkownikom¹⁴ dotarcie *online* do 53 mln pozycji: archiwaliów,

¹⁰ *Charter on the Preservation of Digital Heritage*, [w:] https://portal.unesco.org/en/ev.php-URL_ID=17721&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html, (dostęp: 29.04.2016).

¹¹ Y. Kalay, T. Kvan, J. Affleck (eds.), *New Heritage: New Media and Cultural Heritage*, Routledge, London–New York 2007; F. Cameron, S. Kenderdine (eds.), *Theorizing Digital Cultural Heritage: A Critical Discourse*, MIT Press, Cambridge Mass. 2007.

¹² http://www.mkidn.gov.pl/media/docs/2012/20120302zalecenia_KE.pdf (dostęp: 15.05.2016).

¹³ <http://www.pro.europeana.eu>, (dostęp: 30.04.2016).

¹⁴ Według rankingu Alexa.com geografia najaktywniejszych użytkowników www.europeana.eu przedstawia się następująco: USA (11,0%), Hiszpania (10,5%), Polska (6,5%), Niemcy (5,1%), Holandia (4,9%). <http://www.alexa.com/siteinfo/europeana.eu>, (dostęp: 30.04.2016).

dzieł sztuki, obiektów muzealnych, książek oraz nagrań muzycznych i audio-wizualnych, jednocześnie dowodząc bogactwa dziedzictwa kulturalnego i naukowego Europy od czasów prehistorycznych po obecne.

Zagadnienie dziedzictwa digitalnego obejmuje nie tylko cyfryzację bibliotek i archiwów, ale również *eo ipso* dzieł takich jak grafika komputerowa, projektowanie (*design*), netnografia czy tzw. interaktywny *storytelling*. Tego rodzaju zbiorami zajmuje się wielojęzyczny portal DIHE (Digital Intangible Heritage of Europe)¹⁵, założony w 2012 r. w Szwecji w wyniku interdyscyplinarnej inicjatywy tamtejszego Centrum Dziedzictwa Cyfrowego oraz Sztokholmskiego Instytutu Mediów Interaktywnych, posiadającego oddziały we wszystkich większych miastach Szwecji.

Dziedzictwo folklorystyczne w społeczeństwie informacyjnym

Jak już wcześniej była o tym mowa, proces cyfryzacji niematerialnego dziedzictwa kulturowego powinien obejmować zarówno dawny, jak i współczesny dorobek folklorystyczny. Jednakowoż rekonesans dokonany w tym zakresie upoważnia nas do stwierdzenia, że cyfrowe repozytoria folklorystyczne są wciąż nieliczne. Przyczyn tego stanu rzeczy należy upatrywać już to w stosunkowo niewielkim i rozproszonym środowisku współczesnych folklorystów, już to w interdyscyplinarnym usytuowaniu folklorystyki, traktowanej często jako subdyscyplina nauk humanistyczno-społecznych.

Status folklorystyki w dużym stopniu wynika z nieostrości desygnatów znaczeniowych pojęcia „folklor”, a także ze zróżnicowanych tradycji metodologicznych uprawianych w ramach liczących się szkół badawczych. Ostatnią przeszkodą w szybkim rozwoju digitalnej folklorystyki jest wysoki koszt cyfryzacji. Mimo wspomnianych trudności, oczywistych pożytków z implementacji międzynarodowych standardów technologicznych jest bardzo wiele, o czym świadczą chlubne inicjatywy przekształcenia kilku najstarszych europejskich archiwów folklorystycznych w repozytoria, katalogi i archiwa dostępne *online*.

W pierwszej kolejności należy tu wymienić Estońskie Archiwum Folklorystyczne¹⁶, które już od roku 1997 rozpoczęło cyfryzację swoich zbiorów, początkowo obejmujących 20 baz danych według kryterium gatunkowego,

¹⁵ <https://www.tii.se/projects/dihe-digital-intangible-heritage-of-europe>; <https://www.tii.se/about-us/history>; <https://www.swedishict.se/>, (dostęp: 01.05.2016).

¹⁶ Założone w roku 1927. Patrz: R. Järv, *Estonian Folklore Archives*, „Oral Tradition” 2013, Vol. 28, No. 2, s. 291–298.

ze szczególnym uwzględnieniem 75 tys. pieśni runicznych. Obecnie archiwum liczy 1,5 mln cyfrowych pozycji inwentarzowych, w tym manuskrypty, fotografie, nagrania audio/wideo, a także dziewiętnastowieczną kolekcję materiałów folklorystycznych Jakoba Hurta zebraną od 1400 informatorów. W roku 2012 Estońskie Archiwum Folklorystyczne utworzyło nowe, centralne repozytorium folklorystyczne o nazwie Kivike¹⁷. Ten gigantyczny system informacyjny obejmuje zarówno materiały dotychczas przekonwertowane, jak również cyfrową bazę danych, istniejących w formie analogowej.

Kolejnym i jednym z największych w Europie jest Digitalne Archiwum Folkloru Łotewskiego¹⁸, na które – po digitalizacji z początku lat dwutysięcznych – składa się zbiór liczący ponad 3 mln pozycji katalogowych, w tym 17 tys. pieśni, poszerzonych w 2002 r. o słynną kolekcję pieśni z tzw. Dainu Skapis¹⁹ (170 tys. pozycji), a w dalszej kolejności o nagrania audio/wideo (5 tys. pozycji) oraz folklor współczesny i materiały ikonograficzne. Wśród zasobów archiwum wyróżnia się zespół materiałów, inkorporowany ze zbiorów Instytutu im. J. Herdera w Rydze, dotyczący folkloru łotewskich mniejszości etnicznych (Żydów, Romów, Białorusinów i Rosjan), który został udostępniony *online* nie tylko w języku łotewskim, ale i w oryginalnych językach mniejszości.

Dalej wymienić należy jeden z największych na świecie zbiorów folkloru – irlandzkie archiwum folklorystyczne o nazwie National Collection of Folklore²⁰, posiadające ponad 3 mln stron manuskryptów, 100 tys. nagrań, 70 tys. fotografii, 100 godzin nagrań filmowych i animacji oraz specjalistyczną bibliotekę. Modernizacja cyfrowa tej instytucji, rozpoczęta w roku 2005 w ramach gigantycznego programu Irish Virtual Research Library and Archives jest nadal kontynuowana, a to dzięki nowemu (od 2012 r.) programowi o nazwie *www*.

¹⁷ <http://kivike.kirmus.ee>, (dostęp: 08.05.2016). Patrz również: K. Kulasalu, *Estonian Folklore, Cultural History and Literature in a Digital Form: The File Repository and Archival Information System Kivike*, „Folklore” (Electronic Journal of Folklore) 2015, Vol. 60, No. 4, s. 141.

¹⁸ Początki archiwum sięgają roku 1924. Strona domowa: <http://www.garamantas.lv/e>, (dostęp 08.05.2016).

¹⁹ Zbieracz łotewski przełomu XIX i XX w. Krišjānis Barons zasłynął zbiorem ponad 217 tys. krótkich pieśni (*Latvju dainas*) zapisanych na paskach papieru (3 x 11 cm), do przechowywania których zaprojektował specjalną szafę (*skapis*), która – jako narodowa pamiątka – przechowywana jest do dziś w Archiwum. Za swoje dzieło Barons został wpisany na Listę Pamięci Świata UNESCO w 2001 r., a jego podobizna zdobi banknot 100-łtowy.

²⁰ Początki kolekcji sięgają roku 1935 (Irish Folklore Commission). Od roku 1970 zbiór należy do National Folklore Collection przy University College Dublin.

*dùchas.ie*²¹. W chwili obecnej dostęp *online* do największych repozytoriów folkloru irlandzkiego (zawierającego ballady, folklor miejski, muzykę ludową, szkolne gry i zabawy oraz dokumentację dotyczącą okresu głodu) odbywa się głównie poprzez stronę domową biblioteki cyfrowej University College Dublin²².

Następnym przykładem jest Greckie Centrum Badań Folkloru²³, afiliowane przy Akademii Ateńskiej, które w 2004 r. przekształcono w cyfrowe Centrum Dokumentacji Tradycyjnej i Współczesnej Kultury Greckiej²⁴. Modernizacja archiwum, dokonana w latach 2004–2008 skutkowałą przekonwertowaniem 400 tys. stron manuskryptów oraz opracowaniem cyfrowym ponad 120 tys. haseł różnych gatunków folkloru (pieśni, zagadki, dystychy itd.), około 11 tys. fotografii, a także 1500 godzin nagrań filmowych oraz 110 godzin nagrań muzycznych.

Przejdźmy teraz do północnej części Europy. Jak wiadomo, porównawcze badania folklorystyczne prowadzone w ramach tzw. fińskiej szkoły geograficzno-historycznej odegrały znaczącą rolę nie tylko w dziejach folklorystyki europejskiej, ale i światowej. Materiał bazowy stanowiły zarówno wędrowne wątki bajkowe, jak i ogromny zbiór pieśni tzw. kalewalicznych (wariantów *Kalevali*). Ten ostatni był pieczołowicie przechowywany w działającym bez przerw od 1831 r. Fińskim Towarzystwie Literackim (Suomen Kirjallisuuden Seura – SKS), stanowiącym jednocześnie bibliotekę i archiwum folklorystyczne²⁵. Dziś zbiory dziewiętnastowiecznego folkloru fińskiego, ale także współczesnego liczą ponad 2 mln pozycji i są dostępne *online* dzięki programowi „Otwarta

21 Program finansowany przez University College Dublin, Dublin City University, Loterię Narodową oraz Irish Folklore Foundation. W ramach programu prowadzone są interesujące projekty digitalne, np. *Lifetimes*, odtwarzający (na podstawie dokumentów, nagrań wywiadów i filmów) życie codzienne Irlandczyków od początku istnienia państwa. Patrz: www.duchas.ie, (dostęp 21.04.2016).

22 [www.digital.ucd.ie/?q=dc.type:Collection&fq\[\]=repository_facet:National%20Folklore%20Collection%20UCD](http://www.digital.ucd.ie/?q=dc.type:Collection&fq[]=repository_facet:National%20Folklore%20Collection%20UCD), (dostęp 21.04.2016).

23 Założone w 1918 r. przez ojca greckiej folklorystyki profesora Nikolaosa Politisa.

24 A. Polymerou-Kamilaki, *Archive Digitization at the Hellenic Folklore Research Centre of the Academy of Athens*, [w:] M. Tsipopoulou (ed.), *Digital Heritage in the New Knowledge Environment: Shared spaces & Open Paths to Cultural Content (Proceedings of the International Conference held in Athens 31.10.08–02.11.08)*, Athens 2008, s. 25–28.

25 V. Krawczyk, *Archiwum Folklorystyczne Towarzystwa Literackiego w Helsinkach*, „Prace i Materiały Muzeum Archeologicznego i Etnograficznego w Łodzi” 1973, Seria Etnograficzna, nr 17, s. 147–153.

Nauka i Otwarte Dziedzictwo Kulturowe”²⁶. Ponadto archiwum SKS pracuje nad innowacyjną prezentacją swoich zasobów, proponując wielojęzyczne pakiety informacyjne. Takim flagowym pakietem, promującym fińskie dziedzictwo kulturowe, jest tekst *Kalevali* (1849) wraz z bazą metadanych referencyjnych dotyczących genezy, recepcji, badań etc., dostępną w 11 językach (również w jęz. polskim).

Proces cyfryzacji objął też w roku 2010 Duńskie Archiwum Folklorystyczne (afiliowane przy Bibliotece Królewskiej), które szczyci się największą kolekcją średniowiecznych ballad nordyckich, ale też znacznymi zbiorami różnych gatunków folkloru, także pozaeuropejskiego. Część przekonwertowanych materiałów folklorystycznych (a zwłaszcza zbiory Svenda Grundtviga i Tanga E. Kristensena²⁷), łącznie z kolekcją audio i wideo już jest dostępna poprzez stronę internetową archiwum²⁸.

Innym nordyckim osiągnięciem jest digityzacja narodowego repozytorium źródeł historyczno-kulturowych zgromadzonych w Norweskim Archiwum Folklorystycznym²⁹ w Oslo. Tamże cyfrową postać otrzymało 700 pozycji bajkowych oraz zbiór 1300 podań wędrownych opracowanych według kryteriów słynnej systematyki Reidara Th. Christiansena³⁰.

W latach 2010–2014 całkowitej modernizacji uległo meklemburskie archiwum folklorystyczne w Rostocku, które obecnie działa pod nazwą Das digitale Wossidlo-Archiv (WossiDiA)³¹. Akcja przekonwertowania na system cyfrowy³²

²⁶ <http://www.finlit.fi/en>, (dostęp: 22.04.2016).

²⁷ T. E. Kristensen założył Duńskie Towarzystwo Folklorystyczne w 1883 r. Jego spuścizna, zgromadzona w Duńskim Archiwum Folkloru (Dansk folkemindesamling), dziś w dużej mierze zdigityzowana, obejmuje setki pozycji bibliograficznych, w tym 79 książek. Urobek zaś folklorystyczny liczy 3 tys. pieśni (1000 z zapisem nutowym), 2700 tekstów bajkowych, 25 tys. podań i kilkaset małych form folkloru (zagadki, powiedzenia i przysłowia) zebranych od 6500 informatorów i popartych tysiącami etnograficznych notatek terenowych.

²⁸ <http://www.dafos.dk>, (dostęp: 21.04.2016).

²⁹ Założone w 1914 r., obecnie afiliowane przy Wydziale Studiów Kulturowych i Języków Orientalnych Uniwersytetu w Oslo. Strona internetowa Archiwum: <http://www.hf.uio.no/ikos/english>, (dostęp: 09.05.2016).

³⁰ R. Th. Christiansen, *The Migratory Legends. A Proposed List of Types with a Systematic Catalogue of the Norwegian Variants*, FF Communications, Nr 175, Helsinki 1958.

³¹ <http://www.wossidia.de>; <http://www.volkskunde.uni-rostock.de/wossidlo-archiv/>, (dostęp 09.05.2016).

³² Wykonanie tego gigantycznego zadania było możliwe dzięki wspólnemu wysiłkowi dwu jednostek Uniwersytetu w Rostocku: Instytutowi Etnologii Europejskiej i Instytutowi Informatycznemu. Projekt finansowo wsparli: fundacja

ponad 2,5 mln materiałów zgromadzonych przez folklorystę Richarda Wossidlo (1859–1939) stanowi hołd złożony zarówno temu uczoneму, jak i dziedzictwu niemieckojęzycznej oraz europejskiej folklorystyki.

Na zakończenie tego przeglądu warto wspomnieć o – współpracującym (w latach 2010–2012) z Zakładem Folklorystyki Instytutu Etnologii i Antropologii Kultury UŁ – Meertens Instituut³³ w Amsterdamie. Instytut prowadzi wiele folklorystycznych projektów lokalnych i międzynarodowych³⁴, posiada też pokazną bibliotekę (70 tys. publikacji i 4 tys. czasopism) oraz archiwum, a w nim 450 zdigitalizowanych zbiorów folklorystycznych (łącznie z mapami, kwestionariuszami i materiałem ikonograficznym) oraz 5 tys. nagrań (w większości opracowanych cyfrowo). Ponadto Meertens Instituut szczyli się elektroniczną bazą danych związaną z holenderskim folklorem słownym zarówno historycznym, jak i współczesnym oraz planuje zakończenie pracy nad cyfrową bazą danych i metadanych dotyczących ludowej bajki holenderskiej w ramach projektu FACT (Folktales as Classifiable Texts)³⁵.

W Polsce natomiast warto odnotować chlubne osiągnięcie, a mianowicie rozpoczęcie digityzacji zbiorów Oskara Kolberga w ramach portalu Biblioteki Narodowej www.polona.pl³⁶. Inicjatywę w tym zakresie wykazał Instytut im. Oskara Kolberga³⁷, który powstał w 1998 r. w Poznaniu. Instytut stanowi

Deutschen Forschungsgemeinschaft/Wissenschaftliche Literaturversorgungs- und Informationssysteme (DFG/LIS), a także Urząd Federalny ds. Ochrony Obywateli i Zapobiegania Katastrofom – Bundesamt für Bevölkerungsschutz und Katastrophenhilfe (BBK).

33 Założony w 1926 r., od 1952 r. afiliowany przy Królewskiej Niderlandzkiej Akademii Sztuk i Nauk. Strona internetowa: <http://www.meertens.knaw.nl>, (dostęp: 09.05.2016).

34 Meertens Instituut jest siedzibą władz sekretariatu SIEF (International Society for Ethnology and Folklore). Patrz: www.siefhome.org, (dostęp: 23.04.2016).

35 <http://www.meertens.knaw.nl/cms/en/research/projects> (dostęp: 23.04.2016). Pomysłodawcą projektu jest Prof. Theo Meder, przewodniczący Komitetu Folktales and the Internet przy Międzynarodowym Towarzystwie do Badania Ludowej Narracji (ISFNR) Patrz: <http://www.isfnr.org>, (dostęp: 23.04.2016).

36 „Polona to nowoczesny portal, który udostępnia w sieci zbiory Biblioteki Narodowej. Jest narzędziem pozwalającym na powszechne otwarcie dla czytelników skarbcza i magazynów Biblioteki Narodowej. Pozwola również prezentować zbiory innych instytucji kultury. Interfejs 2.0 Cyfrowej Biblioteki Narodowej Polona powstał w wyniku przeprowadzonych (na zlecenie BN i NASK) informatycznych prac rozwojowych i badawczych”. Patrz: <https://polona.pl>, (dostęp: 10.05.2016).

37 <http://www.oskarkolberg.pl/>, (dostęp: 10.05.2016).

samodzielną placówkę naukowo-badawczą, powołaną do ochrony narodowego dziedzictwa kulturowego w postaci edycji *Dzieł wszystkich* Oskara Kolberga. Zgodnie z zaleceniami Konwencji o Ochronie Światowego Dziedzictwa Kulturowego i Naturalnego Instytut włącza się w inne inicjatywy na rzecz zachowania tradycyjnych wartości kulturowych, (np. cyfryzacja nagrań polskiego folkloru muzycznego z lat 1945–1992).

Kończąc powyższy przegląd, należy zauważyć, że postępujący proces cyfryzacji, obejmujący inwentarze, repozytoria i dokumentację zbiorów oraz badań folklorystycznych pozostaje na gruncie europejskim w ścisłym związku z polityką unijną, popierającą ideę europejskiego społeczeństwa informacyjnego i jego dziedzictwa kulturowego.

Odnosnie do stanu prac nad cyfryzacją zbiorów folklorystycznych na innych kontynentach, wspomnieć należy, opierając się na informacjach zawartych na stronie Amerykańskiego Towarzystwa Folklorystycznego (AFS)³⁸, że w ramach Towarzystwa działa od roku 2011 długofalowy projekt digityzacji materiałów folklorystycznych (National Folklife Archives Initiative – NFAI)³⁹. Pierwszym etapem projektu objęto dostęp do rozrastającej się bazy danych obejmujących archiwa, repozytoria i indywidualne zbiory folkloru⁴⁰. Ponadto Towarzystwo zainicjowało – wraz z American Folklife Center przy Bibliotece Kongresu⁴¹ – projekt dostępnego *online* (w wersji 2.2) Tezaurusu Etnograficznego, zawierającego hasła z dziedziny folklorystyki, etnomuzykologii, etnologii i dyscyplin pokrewnych⁴².

Nowe dziedzictwo kulturowe i folklorystyka digitalna

Proces cyfryzacji i udostępniania *online* zawartości dawnych zbiorów i archiwów folklorystycznych stanowi bardzo ważny, ale nie jedyny aspekt problematyki dokumentacji dziedzictwa kulturowego. Dodać tu należy, że dziedzictwo

38 <http://www.afsnet.org/>, (dostęp: 24.04.2016). Por.: <https://openfolklore.org>, (dostęp: 29.04.2016).

39 Projekt otrzymał finansowe wsparcie z National Endowment for the Humanities' Division of Preservation and Access (Programme: The Humanities Collections and Reference Resources).

40 <http://www.folklorecollections.org/>, (dostęp: 24.04.2016).

41 Biblioteka Kongresu posiada cyfrową kolekcję materiałów dostępnych *online* od roku 1994, zawierającą zbiory unikatowe, gdzie indziej niedostępne, a wśród nich fotografie, manuskrypty, nagrania dźwiękowe, wideo-klipy, animacje obrazkowe, książki i nowe materiały w postaci stron internetowych.

42 <http://id.loc.gov/vocabulary/ethnographicTerms.html>, (dostęp: 23.04.2016).

to obejmuje również epokę rewolucji informatycznej, stanowiącej podglebie dla rozwoju multimediów i globalnej kultury digitalnej.

Jak już wcześniej w tej książce wspomniano, współczesna folklorystyka jest coraz bardziej zainteresowana badaniami postmodernistycznych form kultury digitalnej, o czym świadczy rozszerzanie terenu badań folklorystycznych o obszar rzeczywistości wirtualnej i wprowadzanie nowych metod analitycznych, łączących sferę *online* z *offline*. Badając e-folklor, folklorystki odkrywają w Sieci te same lub podobne struktury gatunkowe, które znane im są ze świata realnego, jak również spotykają aktywnych i pasywnych nosicieli „nowej tradycji”, którzy w przestrzeni Internetu działają najczęściej anonimowo. To właśnie Sieć dostarcza badaczom to, co lubią najbardziej – plotki i pogłoski, podania wierzeniowe i legendy miejskie, a przede wszystkim humor polityczny.

Wytworami kultury cyfrowej są też najrozmaitsze nowe dzieła e-folkloru; od blogów i narracji personalnych do opowieści biograficznych (*life histories*) opowiadanych na facebookowej osi życia; od memów, demotyatorów i dowcipów multimedialnych po animacje, sztukę hakerów komputerowych i środowisko awatarów żyjących w świecie gier. Te i wiele innych, często efemerycznych elementów współczesnego folkloru istnieje wyłącznie *online*; tu są tworzone, komentowane, reprodukowane i upowszechniane. Tłem są fora, komunikatory i sieci społecznościowe, twórcą zaś człowiek usieciowiony – *homo irretitus*, wchodzący w interakcję z podobnymi mu przedstawicielami świata „plemion” wirtualnych i sieciowych wspólnot, reprezentowanych tak przez zwykłych użytkowników, jak i tzw. celebrytów, fanów i hejterów, lobbystów oraz ludzi wymyślonych, wiodących żywot li tylko wirtualny⁴³.

Wśród społeczności sieciowej wyróżnia się się wpływowa grupa Anonymous (lub Anons), której początki sięgają roku 2003 r. i wiążą się z aktywnością grupy na forum wymiany obrazkowej (*imageboard*) w ramach strony *www.4chan.org*. Anonimowi stanowią globalną, zdecentralizowaną (np. AnonPoland) grupę aktywistów (zwaną „haktywistami”), reprezentującą z jednej strony poglądy anarchistyczne, z drugiej zaś ekologiczne, świeckie i równościowe. Ich działania, zwane operacjami często posiadają charakter żartobliwy, czasem zaś bardzo poważny, jak w wypadku operacji z 2012 r. przeciwko przepisom ACTA o piractwie medialnym⁴⁴.

43 V. Krawczyk-Wasilewska, T. Meder, A. Ross (eds.), *Shaping Virtual Lives. Online Identities, Representations and Conducts*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2012.

44 https://pl.wikipedia.org/wiki/Anti-Counterfeiting_Trade_Agreement, (dostęp: 03.08.2016).

Ciekawostką jest, że Anonymous kryją się pod maskami Guya Fawkesa⁴⁵, spopularyzowanymi w 2006 r. przez polityczny thriller *V jak vendetta* w reżyserii Jamesa McTeigua. Film ten, uwielbiany przez koła libertariańskie i anarchistyczne, odczytywany był jako alegoria opresji współczesnego państwa.



Rycina 9a, 9b. Emblemat – „człowiek bez głowy” (ryc. 9a) i maski (ryc. 9b) reprezentują organizację, która nie ma przywódcy i działa anonimowo ([https://en.wikipedia.org/wiki/Anonymous_\(group\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Anonymous_(group)))



Rycina 10. 120 rocznica pierwszych nowożytnych Igrzysk Olimpijskich, 10.04.2016 (<https://www.google.com/logos/doodles/2016/120th-anniversary-of-first-modern-olympic-games-6314245085986816-hp2x.jpg>)

Internet jest również miejscem zupełnie nowych praktyk o charakterze performatywnym, do których należą m.in. demotywatory⁴⁶, memy, żartobliwe

⁴⁵ Oryginalna maska Guya Fawkes’a z filmu *V for Vendetta* znajduje się w Musée des miniatures et décors de cinéma w Lyonie (Francja).

⁴⁶ Np.: www.demotywatory.pl; www.despair.com; www.demotivators.es, etc. **Demotywatory** (satyryczne obrazki z tekstem lub bez) są parodią firmowych plakatów motywujących pracowników do osiągnięcia celu i stanowią satyrę kultury korporacyjnej. Pomysł demotywatorów wyszedł od firmy amerykańskiej Despair, Inc., której współwłaściciel E. L. Kersten włączył 18 demotywujących obrazków do swojego bestselleru, poświęconego zarządzaniu w korporacji. E. L. Kersten, *The Art of Demotivation*, Despair, Ink 2005.

obrazki tworzone przy użyciu aplikacji Bitstrips, animacje, wideoklipy i filmiki (dystrybuowane w wielu wariantach za pośrednictwem YouTube, Dailymotion etc.), a także google doodle⁴⁷, sztuka hakerska⁴⁸, sztuka tradi-digitalna⁴⁹, sztuka komputerowa⁵⁰ czy sztuka hakatonowa⁵¹.

Por. K. Ozga, *Demotivators as Deprecating and Phatic Multimodal Communicative Acts*, [w:] A. Maiorani, Ch. Christie (eds.), *Multimodal Epistemologies: Towards an Integrated Framework*, Routledge, New York–London 2014, s. 28–49.

- 47 **Google doodle** to spontaniczne (często żarobliwe) zmiany graficzne wprowadzane do logotypu wyszukiwarki Google w celu uczczenia wielkich i znanych ludzi, rocznic, ważnych wydarzeń, świąt itp. Pomysł narodził się w 2008 r., natomiast pierwsze animowane i interaktywne doodles pojawiły się w 2010 r. Dotychczasowa kolekcja liczy ponad 2000 pozycji wykonanych głównie przez zawodowych grafików, tzw. doodlers, ale też swój wkład wnoszą młodzi amatorzy wyłaniani drogą globalnego konkursu "Doodle4Google": <https://www.google.com/doodles>, (dostęp: 02.05.2016).
- 48 **Sztuka hakerska (*hacker art*)** jest częścią **kultury hakerskiej** (ale nie „krawerskiej” od ang. *crackers*), reprezentowanej przez łamaczy kodów – hakerów i hakywistów (Anonymus), oraz artystów – grafików, dla których technologia jest środkiem wyrazu artystycznego. Używają oni dysków twardych i aplikacji do tworzenia wielu kombinacji graficznych, tekstowych, literackich, muzycznych, przestrzennych, audio/wideo, systemów sensorycznych, animacji itp. Patrz: S. Levy, *Hackers: Heroes of the Computer Revolution*, O’Reilly Media Inc., Sebastopol CA 2010; P. Olson, *We Are Anonymous: Inside the Hacker World of LulzSec, Anonymous, and the Global Cyber Insurgency*, Back Bay Books, New York 2012; G. Coleman, *Hacker, Hoaxer, Whistleblower, Spy: The Many Faces of Anonymous*, Verso Books, New York 2014.
- 49 <https://www.pinterest.com/inozentes/traditionaldigital-art/>, (dostęp: 04.05.2016).
- 50 B. Wands, *Art of the Digital Age*, Thames and Hudson, London 2007; G. D. Taylor, *When The Machine Made Art: The Troubled History of Computer Art*, Bloomsbury, New York 2014.
- 51 **Hakaton (*hackathon*)** jest rodzajem nietypowego maratonu programistów. Ma postać konkursu, organizowanego w różnych miejscach na świecie, w którym uczestnicy (entuzjaści nowych technologii) wymieniają się kontaktami i umiejętnościami informatycznymi, artystycznymi i projektowymi, jak w wypadku The Art of Code Hackathon zorganizowanym w 2015 r. we Wrocławiu. Patrz: <http://www.smtsoftware.com/pl/art-of-code-hackathon-wroclaw/www.artof-cod.it>, (dostęp: 04.05.2016).



Rycina 11. Czerwiec 2016: UEFA Euro2016

(<https://www.google.com/logos/doodles/2016/uefa-euro-2016-5086697013379072-hp2x.gif>)



Rycina 12. Czerwiec 2014: 25. rocznica pierwszych wolnych wyborów w Polsce

(<https://www.google.com/doodles/25th-anniversary-of-first-free-elections-in-poland>)

Powyżej ilustrowane przykłady są kompletnie nowymi, wernakularnymi kreacjami praktykowanymi w globalnej przestrzeni Internetu. Te ostatnie stanowią znaczący element digitalnej kultury partycypacyjnej. Dla jednych praktyki te przynależą do świata sztuki elektronicznej, dla innych zaś są efemerycznym folklorem digitalnym. Bez wątpienia nie mogłyby powstać i zaistnieć bez pośrednictwa technologii cyfrowej. Jako wytwory kultury pędzącej technologicznie do przodu stanowią nowy rodzaj dziedzictwa digitalnego, które w następnym pokoleniu może ulec kompletnej niwelacji lub poważnemu przekształceniu. To, co dziś jest nowością, jutro może okazać się tradycją, dlatego też owe praktyki powinny być dokumentowane i inwentaryzowane.

Z drugiej zaś strony, mając na uwadze nieograniczoną przestrzeń ich występowania, niepoliczalną ilość stron internetowych i odmian przekazów oraz ich efemeryczny charakter, powstaje pytanie, czy wszystkie zasługują na gromadzenie, dokumentowanie i przechowanie dla przyszłości? Co więcej, fascynacja digitalną folklorystyką rodzi dalsze pytania o charakterze metodologicznym, technicznym i etycznym, a więc w pierwszej kolejności:

- jaki rodzaj materiałów powinien się znaleźć w kręgu zainteresowań folklorystyki digitalnej?

- jaką wspólnotę reprezentują metadane folkloru cyfrowego?
- jak tworzyć inwentarze, repozytoria i archiwa nowego folkloru digitalnego?
- kim są digitalni folklorysty?

Ponieważ „nowe” (digitalne) dziedzictwo kulturowe zostało zauważone, zarówno przez UNESCO, Komisję Europejską, jak i liczne środowiska naukowe, przeto problematyka folkloru digitalnego zasługuje – mimo braku adekwatnych narzędzi metodologicznych raczkującej humanistyki cyfrowej – na dokładniejsze rozpoznanie, a w każdym razie na dyskusję o sposobie nowoczesnej dokumentacji nowego folkloru i jego inwentaryzacji oraz formach repozytoriów *online*, gromadzących ów folklor⁵².

Nowe wyzwania powodują, iż musi ulec modyfikacji zakres i sposób gromadzenia zjawisk folkloru, a także przedmiot badań folklorystycznych, sama folklorystyka i folklorysty.

⁵² Pisząc te słowa, autorka nie zna jeszcze wyników obrad zbliżającej się konferencji pt. *Towards digital folkloristics. Research perspectives, archival praxis, ethical challenges*, organizowanej przez Digital Ethnology and Folklore – nową grupę badawczą SIEF-u we wrześniu 2016 r. w Rydze, Łotwa. <http://www.siefhome.org/>, (dostęp: 23.04.2016).

Rozdział IV

Po 11 września.

**Humor digitalny jako wyraz
globalnego lęku**

Tragedia, która wstrząsnęła światem wydarzyła się 11 września 2001 r. Dziewiętnastu terrorystów związanych z islamską organizacją terrorystyczną al-Ka'ida (al-Qaeda) porwało cztery samoloty pasażerskie i dokonało zmasowanego ataku na amerykańskie i międzynarodowe symbole „wolnego świata”: o godz. 8:45 runęła jedna z dwu 110- piętrowych wież World Trade Center (WTC) na Manhattanie, o godz. 9:03 – następna; o godz. 9:55 uderzono w Pentagon (budynek Departamentu Obrony USA w Waszyngtonie), a godz. 10:10 czwarty samolot rozbił się na polach Pensylwanii. W wyniku ataków straciło życie ponad 3 tys. osób, a 10 tys. było rannych, w tym służby policyjne i strażacy. Upadek dwu drapaczy chmur zrujnował okoliczne domy i ulice. W hołdzie dla ofiar tej tragedii odbudowano dzielnicę i utworzono pomnik – muzeum (9/11 Memorial Museum).

Tragedia 11 września poruszyła ludzi na całym świecie, wyzwalając całą gamę emocji, wśród których dominującymi okazał się strach i lęk przed dalszymi zagrożeniami ze strony tzw. międzynarodowego terroryzmu. W Stanach Zjednoczonych po pierwszym szoku przyszedł czas refleksji i wzmożonej dyskusji prowadzonej przez rząd, polityków, naukowców, *mass media* i zwykłych obywateli. Dwa pojęcia – terroryzm¹ i globalizacja² były szeroko dyskutowane (także poza granicami Ameryki), a dyskurs ten, prowadzony zresztą już od lat dziewięćdziesiątych, unaoczniał znaczną polaryzację poglądów w postrzeganiu problematyki globalizacji³.

Zwolennicy globalizacji widzieli w niej postęp ekonomiczny i cywilizacyjny, natomiast przeciwnicy rozumieli ją przede wszystkim jako kulturową hegemonię świata zachodniego, o czym pisał Samuel Huntington w swym

1 B. Hoffman, *Inside terrorism*, Victor Gollancz Ltd., London 1999, s. 42 (przeład polski Warszawa 1999).

2 J. Baylis, S. Smith (eds.), *The Globalization of World Politics: An Introduction to International Relations*, University Press, Oxford 1997, s. 7; L. Zacher, *Spór o globalizację – eseje o przyszłości świata*, ELIPSA, Warszawa 2003.

3 A. Appadurai, *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization*, Powells' Books, University of Minnesota 1997; A. Giddens, *Runaway World: How Globalisation is Reshaping Our Lives*, Profile Books, London 1999; R. Appelbaum, W. I. Robinson (eds.), *Critical Globalization Studies*, Routledge, New York 2005; J. E. Stiglitz, *Globalization and Its Discontents*, W. W. Norton Company, Washington DC 2002.

profetycznym dziele pt. *Zderzenie cywilizacji*⁴. Globalizację, początkowo traktowaną jako liberalną westernizację globu o „pozaetnicznym” etosie, postrzegano też jako rozprzestrzenianie zachodnich sposobów życia, norm, wartości i ideologii (np. ochrona praw człowieka, emancypacja kobiet, wolny rynek, świeckie i demokratyczne państwo itd.) bez uwzględnienia głębokich różnic kulturowych i cywilizacyjnych, które dzielą społeczeństwa naszego globu.

Co więcej, westernizacja w wielu kręgach kojarzona była z amerykańską i takie pojęcie globalizacji wywoływało gwałtowne reakcje ze strony radykalnych sekt i grup ideologiczno-religijnych, od dawna funkcjonujących jako dobrze zorganizowane, fanatyczne sieci, dla których świat zachodni jest środowiskiem niewiernych, skorumpowanych hipokrytów, hedonistów i aroganckich imperialistów, których trzeba zniszczyć, by ocalić własne wartości, obyczaje, religię i tradycyjne instytucje. Z tych kół w ostatnich latach wywiodło się samozwańcze państwo islamskie nazywane również ISIS lub Daesh, gnębiące i atakujące zarówno swoich pobratymców, jak i ludzi Zachodu.

Ekstremiści islamscy rozpoczęli swą wojnę z kulturą zachodnią, stosując najbardziej spektakularne i jednocześnie najgroźniejsze (z powodu liczby ofiar) formy terrorystycznej walki w postaci ataków i zamachów⁵. Począwszy od zamachów 11 września (2001), poprzez tragedię na Bali (2002), w Madrycie (2004), Londynie (2005), aż po masakrę Charlie Hebdo w Paryżu (2015) i Nicei w dzień rocznicy zburzenia Bastylji (2016), by wymienić tylko największe, których ofiarami była bezbronna ludność cywilna.

Paradoksem jest, że terroryści nie cofają się przed wykorzystaniem do swych niszczycielskich celów zachodniej infrastruktury technologicznej (od nowoczesnych samolotów po broń) oraz ekonomicznej (rynki finansowe), zachodnich praw wolnościowych i globalnych multimediiów (w tym Internetu). Paradoksem jest też, że walka ideologiczna (i walka wręcz, wyrażana aktami terroru) z zachodnimi formami globalizacji nie wpływa na ich ograniczenie, lecz odwrotnie – wzmacnia i rozszerza procesy globalizacyjne. Wzmocnienie międzynarodowego oporu i globalnej konsolidacji sił antyterrorystycznych jest dziś jednym z najważniejszych problemów krajów zachodnich, do których dołączyły również postkomunistyczne państwa środkowo-wschodniej Europy.

4 S. P. Huntington, *The Clash of Civilizations and the Remaking of World Order*, Simon & Schuster, New York 1996 (i dalsze, poszerzone wydania) (przekład polski Warszawa 2007).

5 K. Booth, T. Dunne (eds.), *World in Collision. Terror and the Future of Global Order*, Palgrave MacMillan, New York 2002; F. Fukuyama, *History and September 11*, [w:] K. Booth, T. Dunne (eds.), *op. cit.*, s. 27–36; B. R. Barber, *Democracy and Terror in the Era of Jihad vs. Mc World*, [w:] K. Booth, T. Dunne (eds.), *op. cit.*, s. 245–262.

Do takich państw należy Polska, aktywny członek NATO (od 1999 r.) i Unii Europejskiej (od 2004 r.), podlegająca od 1989 r. wpływowi procesów globalnych, tak w sferze polityki, ekonomii i kultury, jak i informacji oraz komunikacji. Przemiany ostatniego ćwierćwiecza na polu politycznym i cywilizacyjnym (rewolucja informatyczna) stoją w pewnej opozycji do dawniejszego klimatu – lokalnego konserwatyizmu, centralnego zarządzania i tradycyjnego indywidualizmu Polaków i wymagają zmian w sferze mentalności społecznej, ta zaś jest – jak wiadomo – kulturowym faktem długiego trwania⁶.

Trudności adaptacyjne wywołały w społeczeństwie polskim liczne niepokoje i lęki, które odnoszą się nie tylko do lokalnych realiów, ale pogłębione są o zjawiska globalne i wyrażają się społeczną świadomością lęku przed wybuchem bomby nuklearnej, demograficznej (migranci) czy AIDS, jak również niepokojem o akty terroru oparte na przesłankach religijnych i kulturowych. Od tragedii z 11 września 2001 r. zaniepokojenie terroryzmem poczęło dynamicznie wzrastać, tak jak wzrastała liczba ataków, zwłaszcza w Europie. Skuteczny atak na symbole amerykańskiej i międzynarodowej potęgi gospodarczej (WTC), terroryzm bliskowschodni oraz wydarzenia terrorystyczne w destynacjach turystycznych Afryki i Europy, a także problem migrantów arabskich i afrykańskich – ofiar wojny i opresji – uzasadniają zaniepokojenie zwykłych obywateli, którzy mają poczucie, że żyją w globalnej wiosce, którą na początku XXI w. opanowała „epidemia” strachu⁷. Lęk lub strach to nie tylko kategoria psychologiczna, stanowiąca naturalną, instynktowną emocję wywołaną aktualnym lub antycypowanym niebezpieczeństwem, ale także „wyuczona” kategoria kulturowo-społeczna, stanowiąca element indywidualnego i zbiorowego doświadczenia, towarzyszącego grupowym emocjom w obrębie większych społeczności.

Strach ten skutecznie podsycają środki masowego przekazu, przez które od 2001 r. przetacza się fala dyskusji o filozofii cywilizacji. Uważny czytelnik „Gazety Wyborczej” i innych poważnych czasopism miał możliwość zapoznania się z kontrowersyjnymi poglądami Oriany Fallaci, Samuela Huntingtona, Umberto Eco, Billa Clintona, Ryszarda Kapuścińskiego czy Artura Domosławskiego i innych krajowych oraz zagranicznych analityków⁸. Z kolei

⁶ F. Braudel, *Historia i trwanie*, Czytelnik, Warszawa 1971.

⁷ Por. D. L. Scruton (ed.), *Sociophobics. The Anthropology of Fear*, Westview Press, London 1986; Y. Tuan, *Lanscapes of Fear*, Basil Blackwell, Oxford 1980.

⁸ Por. A. Domosławski, Świat nie na sprzedaż. Rozmowy o globalizacji i kontestacji [na podstawie wywiadów ogłoszonych w „Gazecie Wyborczej”], Sic! s.c. Warszawa 2002.

liczne kolorowe magazyny, tygodniki i prasa brukowa oraz kanały telewizyjne i platformy internetowe przedstawiają problematykę terroryzmu w kategoriach sensacji⁹.

Jeśli doda się do tego sensacyjne i parodystyczne przekazy, czarny humor, legendy miejskie, pogłoski i animowane komentarze dystrybuowane przez Internet i telefony komórkowe oraz w toku komunikacji słownej, wówczas okazuje się, że mamy do czynienia ze swoistym ustnym, pisanim i wizualnym folklorem, który odzwierciedla lęki i uprzedzenia wobec zjawisk dotychczas nieznanych, „obcych” i niebezpiecznych, a pozornie indywidualne przekazy są w gruncie rzeczy wynikiem projekcji zbiorowej mentalności. Z taką też sytuacją mamy do czynienia w odniesieniu do terroryzmu bazującego na religijnych i cywilizacyjnych przesłankach. Tragedia 11 września była nie tylko wstrząsem moralnym z powodu swej drastyczności, a przede wszystkim szokiem kulturowym dla Polaków, żyjących w odległym geograficznie, monokulturowym kraju, którego większość społeczeństwa charakteryzuje się etnocentryczną tożsamością.

Stąd też natychmiastowa, społeczna i psychologiczna reakcja *via* przekazy folkloru, a zwłaszcza tzw. czarny humor, kanalizujący lęk o dalsze, nieprzewidywalne – co do formy i miejsca – działania terrorystyczne. W zebranych przez autorkę obfitym materiale¹⁰ z okresu 2001–2002 dostrzec można, że w dramatycznych sytuacjach folklor pełni funkcję kompensacyjną, neutralizującą i terapeutyczną. Poza formą ustną funkcjonuje w obiegu jako anonimowy, bezautor-ski zapis, druk, fotografia, rysunek, grafika, mem, niekiedy animacja.

Poświęcając specjalną uwagę „terrorystycznemu” e-folklorowi, zauważyć można, że rozpowszechniany był głównie przez młodzież szkolną i studencką, operującą telefonami komórkowymi (wówczas jeszcze bez dostępu do Internetu) oraz posługującą się komputerami. Co więcej, wiele ówczesnych przekazów, zwłaszcza wizualnych (memów, grafik, załączników e-mailowych, animowanych fotografii i rysunków) miało charakter globalny, ponieważ pochodziły

⁹ Oto przykładowe nagłówki z roku 2001: *Strach. Raport specjalny. Groza, którą rozsziali terroryści jest gorsza niż węglik*, [okładka], „Polityka”, nr 43; *Dwanaście jądrowych walizeczek bin Laden; Bin Laden – marka roku*, „Angora”, nr 43; *Czy bin Laden kazał zamordować Dianę?*, „Życie na Gorąco”, nr 51.

¹⁰ Po raz pierwszy charakterystykę tego materiału przedstawiła autorka niniejszego w Aberystwyth podczas 8. Konferencji *International Society for the Study of European Ideas* (22–27 lipca 2002). V. Krawczyk-Wasilewska, *Post September 11th: Oral and Visual Folklore in Poland as an Expression of the Global*, „Consciousness, Literature and the Arts” 2003, No 4 [czasopismo internetowe], (dostęp: 13.01.2015); *Po 11. września, czyli folklor polityczny jako wyraz globalnego lęku*, „Literatura Ludowa” 2003, nr 3, s. 25–34.

Po 11 września. Humor digitalny jako wyraz globalnego lęku

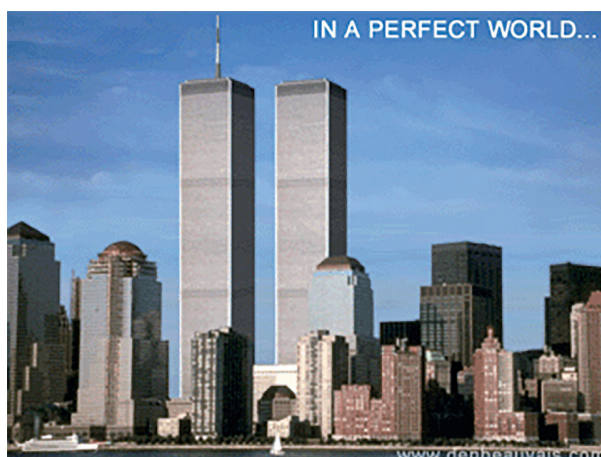
z Internetu. Możliwości, jakie daje zabawa z komputerem (np. zamiana czcionki), pozwoliły na „wyprodukowanie” i rozpowszechnianie digitalnego rebusu w formie kryptonimu terrorystycznego:

Q33NYC

który wydrukowany czcionką Times New Roman¹¹, po przetranskrybowaniu w Microsoft Windings przedstawiał się następująco:



W wizualnym folklorze o tematyce terrorystycznej dużą popularnością cieszyła się animacja, ironicznie nazywana przez jej odbiorców i nosicieli – „Gumowe wieże w idealnym świecie”. Przedstawiała bowiem dwa wieżowce WTC, które uchylają się na boki (kadr pierwszy), by przepuścić lecący między nimi samolot (kadr drugi):



Rycina 13. Wieżowce WTC (anonimowy załącznik e-mailowy)

(V. Krawczyk-Wasilewska: *Post September 11th: Oral and Visual Folklore in Poland as an Expression of the Global Fear*. „Consciousness, Literature and the Arts” 2003, Vol. 4: 3)

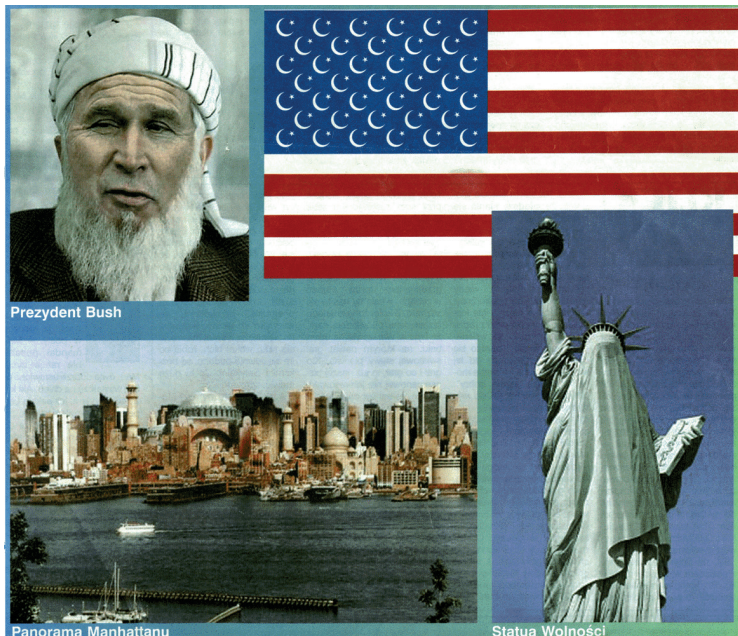
¹¹ Pogłoska e-mailowa rozpowszechniała informację, że „Q33” to numer lotu pierwszego samolotu, który zburzył jedną z wież bliźniaczych WTC. W rzeczywistości Q33 było numerem autobusu odjeżdżającego z lotniska LaGuardia, położonego w dzielnicy Queens do centrum Manhattanu. „NYC” zaś to akronim New York City.



Rycina 14. Gumowe wieże (anonimowy załącznik e-mailowy)

(V. Krawczyk-Wasilewska, *Post September 11th: Oral and Visual Folklore in Poland as an Expression of the Global Fear*, „Consciousness, Literature and the Arts” 2003, Vol. 4: 3)

W Sieci krążyło wiele innych satyrycznych montażów fotograficznych. Niektóre trafiały także – jako przedruki – na łamy polskich czasopism ilustrowanych, np. strona tytułowa „Angory” z 2001, nr 41 (ryc. 15). Oto przykłady:



Rycina 15. Nowy Manhattan (anonimowy załącznik e-mailowy)



Rycina 16. „Nowa” flaga amerykańska (anonimowy załącznik e-mailowy)

Zapomniany już dzisiaj e-folklor z okresu 2001–2002 posiadał wszelkie cechy tradycyjnej estetyki i poetyki, ale dotyczył zupełnie nowych treści. Przykładem mogą być przekazy bazujące na tradycyjnej poetyce folkloru dziecięcego, do których zaliczyć można tzw. wyliczanki i bajkowe rymowanki zagadki oraz krótkie dowcipy, na przykład:

- 1) *Entliczek, pentliczek, czerwony stoliczek, na kogo wypadnie, na tego wążliczek!*
- 2) *Jestem mały Talibane, mam granatów cały dzbanek,
Nuklearną walizeczkę i wążlika w probóweczce.
Raz, dwa, trzy, dziś Allacha spotkasz ty!*
- 3) *Za górami, za lasami, żył bin Laden z Talibami
Dnia któregoś, w pewien wtorek, gdy miał bardzo zły humor,
Zamiast ESCAPE wcisnął ENTER I rozwalił World Trade Center.*
- 4) *Jaki jest szczyt odwagi? Chodzić w turbanie po Manhattanie.*
- 5) *Jak jest po niemiecku „jestem terrorystą”? Ich bin Laden.*
- 6) *Jak się gra w Bin Laden bingo? B-52, B-1, F-16 (typy amerykańskich samolotów bombardujących Afganistan).*
- 7) *W Paryżu Arab kupuje bilet do Nowego Jorku. Kasjerka pyta: – Na które piętro?*
- 8) *Linie lotnicze „Dżihad” poszukują pilotów w jedną stronę. Zapłata po wykonanej pracy.*
- 9) *W najbliższym programie telewizyjnym „Wybacz mi” wystąpią: Osama bin Laden i George Bush.*

Popularnością cieszyły się też specyficzne SMS-y, w tym nawiązujące do odwiecznego łańcuszka szczęścia, wśród nich, dla przykładu:

- 1) *Tu pisze do ciebie NATO. Jeśli chcesz, byśmy zniszczyli Afganistan – wciśnij – 1; Pakistan – 2; Sudan – 3. Dziękujemy.*
- 2) *To jest SMS szczęścia, wyślij go do trzech osób, a spotka cię coś miłego. Helena J. wysłała i wygrała pralkę, Leszek M. [Miller – premier RP] wysłał i wygrał wybory, George B. [Bush – prezydent USA] nie wysłał i rozwalilo mu WTC.*
- 3) *Otwórz, poliz, bo to węglik. Dziękujemy za współpracę. Aka Baka ibn Saka.*

W omawianym okresie spotkaliśmy również e-przekazy o charakterze performatywnym, stanowiące rodzaj kreacji hybrydowej, uaktualniającej twórczość już istniejącą. Do takich należy tzw. Song Osamy, który pojawił się w Sieci już 28 października 2001 r. jako czarna parodia znanego calypso Banana Boat Song-Day O..., śpiewanego przez Harry'ego Belafonte i spopularyzowanego przez film Tima Burtona pt. *Sok z żuka* (oryg. *Beetle Juice*) z roku 1988. Rozpowszechnianemu (w języku angielskim) w licznych wariantach Songowi Osamy najczęściej towarzyszył czarny humor satyrycznych ilustracji¹². Polski przekład, wzorowany na tekście studentów czeskich, opublikowało „Życie Warszawy” (2001, nr 261 z 8 listopada), po czym piosenka weszła do obiegu nieoficjalnego, ponieważ oczywiście żadna stacja radiowa jej nie nadawała, kierując się względami etycznymi. Oto inkryminowany tekst¹³:

*Jestem małym Talibanem, pochodzę z kraju zwanego Afganistanem.
Jeżeli umrę w Abi-Quracha, to będzie wola boga Allacha.
Nie miałem kasy na wakacje, a kuszą terrorystyczne organizacje.
Pilotażu uczyć się od przyjaciela, a wciąż nie umiem lądować – cholera.
Refren: Kocham tatę, kocham mamę, ale najbardziej Osamę (bis)
Na pewno USA zapamięta dzień 11 września.
Wybraliśmy tę datę wśród innych roju, bo to światowy jest dzień pokoju.
I tak naprawdę, to dałbym czadu, gdybym przyłączył się do dzihadu.
Z powodu jednego małego ataku Ameryka chce nas posłać do piachu
Refren: [...]*

¹² <https://www.youtube.com/watch?v=tOK2cmyD-kc> (dostęp: 19-19.2016).

¹³ http://www.tekstowo.pl/piosenka,talib,i_am_a_little_taliban.html, (dostęp: 19.09.2016).

*Wiem, że będą bombardowania, lecz islam jest wart reklamowania,
I bardzo mnie jara, kiedy wiem, że widać mój dom w CNN.*

Z omawianego okresu pochodzi też innego rodzaju przekaz folkloru digitalnego, a jest nim krążący e-mail wraz z fotograficznym załącznikiem. Załącznik przedstawia fotografię dwóch ciężarówek marki Mercedes, na których ulokowanych jest mnóstwo ludzi w strojach nieeuropejskich z ogromną ilością pakunków i tobołów, osuwających się z przeładowanych samochodów. Oto tekst owego e-maila:

Bardzo pilna wiadomość!!!

Cześć, mam ogromną prośbę do Ciebie. Wyjeżdżam na urlop na 2 tygodnie, a właśnie dowiedziałem się, że przyjadą do mnie znajomi z zagranicy. Proszę, ugość ich u siebie do mojego powrotu. Oni są naprawdę mili, bardzo religijni, mają wszystko ze sobą. Na pewno nie sprawią Ci kłopotu. Podałem im już Twój adres i telefon. Wysyłam Ci zdjęcie – przyjadą zielonym i białym mercedesem. Z góry dziękuję i pozdrawiam.



Rycina 17. Goście (anonimowy załącznik e-mailowy)

Mimo że od ataku 11 września, którego dokonali tzw. istishhadi (terroryści samobójcy), minęło lat piętnaście, terroryzm ekstremistów nadal trwa. Co więcej, samozwańcze państwo islamskie (ISIS) popiera typ operacji „dżihad – zrób to sam” wykonywanych z własnej inspiracji terrorystów. Masakrę w teatrze Bataclan w Paryżu (31.11.2015), atak na lotnisku w Stambule (28.06.2016) czy

napad na kościół w Rouen (26.07.2016) przeprowadzili tzw. inghimasi, gotowi zginąć z bronią w ręku, walczący na wszelkie sposoby.

ISIS zintensyfikowało również wojnę na terenie Iraku, Syrii i Afryki, skąd tyśiące ofiar wojny migruje na łodziach w kierunku państw z największym od czasów II wojny światowej kryzysem migracyjnym. ONZ ocenia, że ponad milion wycieńczonych uchodźców przedostało się do Europy przez Morze Śródziemne, wielu zaś poniosło śmierć w czasie tej desperackiej podróży.

Nieustające zagrożenie ze strony terrorystów powoduje lęki, a wraz z nimi nietolerancję i ksenofobiczne reakcje ze strony społeczeństw Europy. Odchodzenie od tzw. poprawności politycznej i marginalizacja islamskich migrantów sprzyja radykalizacji poglądów oraz prowadzeniu indoktrynacji wśród rozczarowanych uchodźców i grup imigranckich w celu wyszukiwania nowych ekstremistów i przyszłych terrorystów.

Ta trudna i tragiczna sytuacja znajduje odzwierciedlenie w internetowej humoryście digitalnej, niestety najczęściej w postaci agresywnych i niewybrednych, a często wulgarnych postów, dowcipów rysunkowych, memów i animacji. Tego typu ilustracje i przekazy wizualne traktujemy jako odmianę współczesnego e-folkloru, ponieważ spełniają te same funkcje społeczne, jaką dawniej spełniały tradycyjne, wędrowne motywy i wątki literatury ustnej, transmitowane od jednego nadawcy do odbiorcy, który stawał się często kolejnym nosicielem (nadawcą) przekazu. Co więcej, są one – jak typowe gatunki folkloru – anonimowymi i zbiorowymi kreacjami o charakterze synkretycznym, których zarówno treść, jak i forma spotykają się z kulturową akceptacją środowiska nadawców i adresatów. Popularność tego specyficznego humoru, zarówno wśród jego twórców, jak i odbiorców, pokazuje, że jest to jedna z form wyrażania reakcji lękowej i sposób oswojenia strachu.

Należy też podkreślić, że wiele wizualnych przekazów humorystycznych ma charakter globalny, które dzięki aplikacjom telefonicznym i stronom internetowym cyrkulują w środowisku digitalnym w licznych wariantowych multiplikacjach. Wiele modnych memów jest tworzonych „tu i teraz”, ale są też takie, które – po odpowiedniej modyfikacji – okazują się replikami obrazków z początku naszego wieku. Przykład przedstawia ryc. 18.

Konkludując, należy stwierdzić, że drukowany i wizualny folklor związany tematycznie z terroryzmem jako problemem globalnym pełni trzy funkcje: poznawczą – ukazującą przejawy terroryzmu, ostrzegawczą – informującą o zagrożeniu, oraz terapeutyczną, osuwającą – poprzez makabryczny humor – problematykę terroryzmu, z którą współcześni ludzie muszą się zmierzyć. Jednakowoż dyskusja o antropologii lęku nie powinna przesłaniać nam szansy mówienia o antropologii nadziei – dla dobra całej globalnej generacji XXI w.

Po 11 września. Humor digitalny jako wyraz globalnego lęku



Rycina 18. Migranci (anonimowy mem)

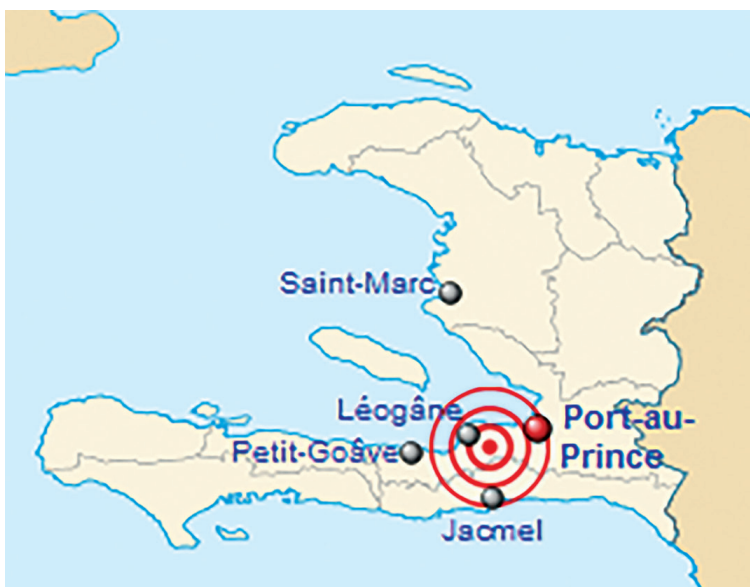
Rozdział V

Haitański pakt z diabłem. Podanie globalne czy potęga e-pogłoski?¹

¹ Uaktualniony tekst referatu pt. *The Haiti Legend Revisited: Earthquake, Devil's Pact, Polone Nwa, Hoax and Online Comments*, wygłoszonego podczas 28. Konferencji *Perspectives on Contemporary Legend* Międzynarodowego Tow. do Badania Podania Współczesnych [ISCLR], 28.06.–01.07.2010, Amsterdam. Por. publikacje wcześniejsze: *The Haiti Legend Revisited: Earthquake, Devil's Pact, Polone Nwa, Hoax, and Online Comments*, „FoafTale News” 2011, No. 77 (www.folklore.ee/FOAFtale/ftn.htm); Haitański pakt z diabłem albo podanie globalne, „Transformacje. Pismo Interdyscyplinarne” 2011, nr 3–4 (70–71), s. 352–361.

Trzęsienie ziemi

Cofnijmy się do roku 2010. W różnych miejscach naszego globu odnotowano wówczas ponad 30 trzęsień ziemi, w tym pięć (na terenie Haiti, Chile, Chin, Filipin i Indonezji) o sile powyżej 7 stopni w skali Richtera. Najbardziej tragiczne w skutkach trzęsienie wydarzyło się na Haiti we wtorek 12 stycznia 2010 r. o godzinie 16:53 (21:53 UTC) z epicentrum w pobliżu miasta Léogâne, około 25 km na zachód od stolicy Port-au-Prince. Dalsze, co najmniej 52 wstrząsy następcze trwały aż do 24 stycznia.



Rycina 19. Epicentrum trzęsienia ziemi na Haiti
(https://upload.wikimedia.org/wikipedia/en/0/0c/Haiti_earthquake_map.png)

Trzęsienie dotknęło najbardziej zamieszkane tereny Haiti, włącznie z Port-au-Prince, Jacmel i innymi miejscowościami tego regionu. Międzynarodowy Czerwony Krzyż oszacował, iż w wyniku tej tragedii ponad 3 mln Haitańczyków poniosło straty; 100 tys. zmarło, 300 tys. odniosło rany, a około miliona ludzi pozostało bez dachu nad głową. Uszkodzeniu lub całkowitemu zniszczeniu uległo 250 tys. domostw, 30 tys. budynków komercyjnych i około 90% gmachów rządowych i publicznych, w tym Pałac Prezydencki i Katedra w Port-au-Prince.



Rycina 20. Jacmel

(https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Earthquake_damage_in_Jacmel_2010-01-17_4.jpg)

Dzięki nowoczesnym środkom informacji świat natychmiast dowiedział się o tragicznej katastrofie, która tak boleśnie dotknęła Haiti i pośpieszył z natychmiastowym, pozytywnym odzewem. Wiele krajów podążyło z pomocą humanitarną, wysyłając pieniądze, dary, ratowników i inżynierów oraz leki i pomoc medyczną. Tę wspaniałą, solidarną reakcję światowej opinii publicznej potwierdzały komentarze prasy *online* i samych internautów z różnych zakątków globu. Jednakowoż wraz z tymi dobrymi wiadomościami przekazywano różne, wysane z palca opowieści. W styczniu 2010 stacja CNN informowała, że użytkownicy Twittera rozpowszechniają nieprawdziwe pogłoski na temat akcji pomocowej, informując np. że linie lotnicze nieodpłatnie fundują przeloty dla wszystkich chętnych amerykańskich pielęgniarek i lekarzy, a firma kurierska UPS dostarcza nieodpłatnie paczki poniżej 50 kg.

Przypomnieć tu trzeba, że karaibska wyspa Hispaniola (zwana przez francuskich kolonizatorów Saint Domingue) mieści na swym obszarze dwa państwa – Haiti i Republikę Dominikany. Liczące 10 mln mieszkańców Haiti², klasyfikowane jest jako najbiedniejszy kraj półkuli zachodniej, zajmujący (według rankingu Human Development Index za rok 2015) – 163 miejsce wśród 188 państw świata. Zgodnie z danymi Disaster Emergency Committee³,

² Dane źródłowe według dorocznych statystyk Programu Narodów Zjednoczonych ds. Rozwoju (United Nations Development Programme – UNDP). Patrz: en.wikipedia.org/wiki/Human_Development_Index, (dostęp: 09.02.2016).

³ <http://www.dec.org.uk/articles/haiti-earthquake-facts-and-figures>, (dostęp: 09.02.2016).

jeszcze przed pamiętnego trzęsienia, 86% mieszkańców Port au Prince żyło w slumsach; połowa z nich nie miała dostępu do latryny, a 1/3 do bieżącej wody. Edukacja na Haiti w 80% była prowadzona przez prywatne, niskiej jakości szkolnictwo, podczas gdy nieliczne szkoły państwowe, choć reprezentowały daleko wyższy poziom, nie były powszechnie dostępne. Mimo zmasowanej pomocy humanitarnej i regularnego dopływu znacznego kapitału zagranicznego do tego małego kraju, jeszcze do dziś Haiti odczuwa fatalne skutki (społeczne i ekonomiczne) trzęsienia ziemi sprzed sześciu lat⁴.

Wyspa Hispaniola leży bowiem na terytorium aktywnym sejsmicznie. Po raz pierwszy dwa poważne trzęsienia ziemi odnotował historyk francuski Moreau de Saint-Méry (1750–1819). Nawiedziły one północ wyspy w latach 1751 i 1770, niszcząc poważnie Port-au-Prince. Według dostępnych źródeł odnotowano również trzęsienie ziemi 7 maja 1842 r., które skutkowało zniszczeniem pałacu San-Souci i Cap-Haïtien oraz innych miejsc na terenie dzisiejszego Haiti⁵. Ponowne trzęsienie ziemi, połączone z niszczącym *tsunami*, wydarzyło się 4 sierpnia 1946 r., zabijając około 2 tys. ludzi i setki raniąc⁶.

Na tragiczny los Haiti wywarły wpływ nie tylko liczne trzęsienia ziemi i częste cyklony, powodzie oraz epidemie (ostatnia epidemia cholery w końcu 2010 r.), ale także nieszczęsne dzieje polityczne. Wśród dyktatorów rządzących „twardą pięścią” niechlubnie wslawił się „Papa Doc” (François Duvalier, prezydent w latach 1957–1971), którego tajna policja zabiła dziesiątki tysięcy Haitańczyków.

Pakt z diabłem

Jak wskazują dzieje kultury i mitologie folklorystyczne, niewiedza i nierozumienie tragicznych w skutkach zjawisk przyrodniczych z jednej strony wywoływały empatię wobec poszkodowanych, z drugiej zaś postawy negatywne, przypisujące naturalne nieszczęścia siłom magicznym, zazwyczaj operującym w sferze moralności i mającym moc sprawczą, np. karanie za przekraczanie tabu kulturowego. Najlepszym przykładem jest mitologia grecka, w której Posejdon⁷ był nie tylko bogiem mórz, ale też i trzęsień ziemi, na co wskazywały jego

4 <http://time.com/3662225/haiti-earthquake-five-year-after/>, (dostęp: (09.02.2016).

5 Wymienia je Claude Prepetite w artykule pt. *Tremblements de terre en Haïti, mythe ou réalité?*, „Le Matin”, No 33082 (8.10.2008 r.).

6 M. J. Jan [biskup Cap-Haïtien], *Documentation religieuse*, Éditions Henri Deschamps, 1972.

7 Rzymianie nazywali go Neptunem. W mitologii nordyckiej podobną funkcję spełniał bóg Loki (bohater eposu *Edda*), a w japońskiej – ryba Namazu (ogromny sum).

epitety Seisichto, Enosichton i Ennosigaios. Gdy był obrażony, zlekceważony lub w złym nastroju używał swego trójzębnego atrybutu, którym wywoływał wulkaniczne wstrząsy.

Przypomniałam powyższe, ponieważ trzęsienie ziemi na Haiti spotkało się nie tylko z postawami solidarnościowymi wobec ofiar katalizmu, ale wywołało również stare demony z odległej przeszłości. Następnego dnia po pierwszym i głównym wstrząsie ziemi haitańskiej jedna z amerykańskich stacji telewizyjnych, CBN (Christian Broadcasting Network) wyemitowała *talk-show* kontrowersyjnego i konserwatywnego gospodarza programu 700 Club⁸ Pata Robertsona, zwanego telewangelistą. W programie tym Pat Robertson przywołał stare podanie, przypisujące Haitańczykom wszelkie dziejowe nieszczęścia jako karę za zawarcie paktu z diabłem przez przywódców antyfrancuskiej rewolucji z roku 1791. Robertson podkreślił, że mimo zwycięstwa Haitańczyków nad kolonizatorami, od tamtej pory nieustające przekleństwo ciąży nad tym biednym narodem⁹. Oczywiście przekaz Robertsona został natychmiast sfilmowany i cytowany przez amerykańską telewizję informacyjną CNN, a także reprodukowany przez wiele innych agencji prasowych w ich wydaniach internetowych.

Stara opowieść o haitańskim pakcie z diabłem i związanej z nim karze boskiej sięga roku 1804¹⁰, kiedy to Haiti uzyskało niepodległość. Prawdopodobnie narodziny tego podania dotyczyły katolickiej krucjaty przeciwko rytuałom *voodoo*, szeroko praktykowanym w tym regionie jako element religii afrohaitańskiej¹¹. Rozpowszechnianie opowieści haitańskiej leżało w interesie jej apologetów, stanowiąc swoiste antidotum na coraz bardziej radykalne ruchy przeciwników niewolnictwa, zdobywające zwolenników nie tylko na Karaibach, ale i w obu Amerykach oraz na kontynencie europejskim. Takie stanowisko w sprawie genezy podania reprezentuje dr Kate Ramsey z Uniwersytetu w Miami (USA), która specjalizuje się w historii i kulturze Haiti¹². W wywiadzie udzielonym CNN w dniu 14 stycznia 2010 r., K. Ramsey stwierdziła, co następuje:

⁸ Pat Robertson zasłynął już wcześniej swymi szczególnymi poglądami, wiążąc ataki terrorystyczne i katastrofy przyrodnicze (np. huragan Katrina, którego żywioł pozabawił życia 2 tys. ludzi w 2005 r.) z legalizacją aborcji w Stanach Zjednoczonych.

⁹ http://www.salon.com/2010/01/14/haiti_satan_pact/, (dostęp: 07.02.2016).

¹⁰ https://en.wikipedia.org/wiki/Dutty_Boukman, (dostęp: 07.02.2016).

¹¹ *The New Encyclopaedia Britannica*, Vol. 14, London 1994, s. 430–431 (hasło *voodoo*); T. Łepkowski, *Haiti. Początki państwa i narodu*, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa 1994, s. 461–463.

¹² K. Ramsey, *The Spirits and the Law. Vodou and Power in Haiti*, University of Chicago Press, Chicago 2010 [Amazon, wydanie pilotażowe].

Oni czynili wszystko, by w oczach obserwatorów zdyskredytować pierwszą czarną republikę, zwłaszcza w kontekście debat o abolicji, tak na Karaibach, jak i w innych miejscach. Kolonizatorzy europejscy [...] byli przekonani, że niewolnicy haitańscy nie dadzą sobie rady bez pomocy z zewnątrz. Ewangeliczni chrześcijanie wymyślili podanie haitańskie, a teraz je ponownie przywołali [...] To jest czysty wymysł, i w dodatku ekstremalnie obraźliwy¹³.

Reakcja internautów na publikację CNN w sprawie wypowiedzi Robertsona była niemal natychmiastowa – już 15 stycznia na forum internetowym CNN opublikowano pierwszych 38 komentarzy, w większości bardzo krytycznych, np.: „Pat Robertson, największy fałszywy prorok naszych czasów, czyni znów to samo”; „Problemem nie jest to, co powiedział Pat Robertson, ale to, że są tacy, którzy wciąż wierzą w takie archaiczne bzdury, pozwalając ludziom takim jak Robertson denerwować ich jego religijnym bełkotem”. Na szczególną uwagę zasługuje inny komentarz, którym jest już folklorystyczna pogłoska, wymyślona na kanwie zaistniałej sytuacji:

Słyszałam od pewnych osób, że Pat Robertson wykonał ostatecznie próbę nuklearną na wybrzeżu haitańskim po to, by zabić wszystkich Haitańczyków, niby w wyniku trzęsienia ziemi¹⁴.

Zmasowana krytyka internautów nie była w stanie powstrzymać przekazywania podania, traktowanego przez wielu Amerykanów jako haitański mit narodowy. Dwa dni później, tj. 17 stycznia 2010 r. ponownie zacytowano podanie na jednym z forów internetowych:

[...] Rząd Haiti jest rządem diabelskim. Świadczą o tym dokumenty historyczne, że 200 lat temu państwo Haiti było dedykowane szatanowi. W miejscowości Bois-Caiman 14 sierpnia 1791 r. grupa *hounganów* zarządzająca obrzędami *voodoo*, dowodzona przez Boukmana (byłego niewolnika) zawarła pakt z diabłem, który obiecał wydalenie z wyspy wszystkich białych Francuzów w zamian za dwustuletnią służbę i podległość diabłu. W toku rytuału *voodoo* poświęcono czarną świnie, której krew pili zgromadzeni niewolnicy. Naród haitański narodził się 1. stycznia 1804 r. i odtąd zaczęła się tyrania diabelska¹⁵.

¹³ <http://edition.cnn.com/2010/WORLD/americas/01/14/haiti.pat.robertson/index.html>, (dostęp:10.04.2010).

¹⁴ tamże (dostęp 10.04. 2010).

¹⁵ <http://www.freerepublic.com/focus/f-religion/2430711/posts>, (dostęp: 18.01.2010).

Z wierzeniem, iż Haiti jest miejscem przeklętym autorka niniejszego zetknęła się w czasie swej pracy nad antropologią choroby AIDS. W latach 80. wielu ludzi na Zachodzie wierzyło, że wirus HIV rozprzestrzeni się dzięki grupie największego ryzyka, nazywanej 4H, w skład której mieli wchodzić: homoseksualiści, heroiniści, hemofilitycy i Haitańczycy, wciąż praktykujący *voodoo*¹⁶. Od antycznych bowiem czasów epidemie określano mianem zarazy lub plagi. Tę ostatnią traktowano jako dopust Boży, karę boską i wyrok na społeczeństwo, kóre w odwecie szukało winnego, czyli kozła ofiarnego.

Dlatego też podanie haitańskie jest nie tylko liczącym dwieście lat toposem, ilustrującym nienawiść do Haitańczyków. Jest kontynuacją odwiecznego pojęcia plagi i odzwierciedla jej związek metaforyczny, lokujący się na granicy *sacrum* i *profanum*. Od wieków bowiem plaga pojmowana była jako cios, klęska i nieszczęście, spowodowane karą zesłaną danej społeczności przez bóstwo lub inną siłę zewnętrzną. Traktowanie plagi jako kary boskiej stanowiło opozycję do zwykłych, „codziennych” nieszczęść, dlatego też plagą mogła być nie tylko śmiertelna epidemia, ale też wielka powódź, niszczący cyklon, tragiczne w skutkach trzęsienie ziemi itp. Ślady tego sposobu myślenia odnaleźć można już w sztuce i literaturze antycznej Grecji, a następnie w wątkach i aluzjach Starego Testamentu, kontynuację zaś w ikonografii oraz literaturze europejskiej¹⁷. Na podkreślenie zasługuje również fakt, że symbolizm plagi jako reakcji na złamanie tabu znajduje odpowiednią reprezentację w zróżnicowanych gatunkowo tekstach folkloru, przekazywanych od średniowiecza po dzień dzisiejszy.

Wątek polski

Całkowicie przypadkowo haitańskie trzęsienie ziemi przywołało do życia zapomniane podanie o polskich potomkach, żyjących na Haiti. W dniu 23 stycznia 2010 r. „Gazeta Wyborcza”, jako pierwsza opublikowała wywiad z Geri Benoit, ambasadorem Haiti we Włoszech. Geri Benoit (eks-małżonka haitańskiego prezydenta René Prêvala) cieszy się w swoim kraju sporą popularnością i nazywana jest Polone Nwa [Czarna Polka], ponieważ pochodzi z tzw. polskiej wsi Cazale i z dumą podkreśla swe polskie korzenie.

¹⁶ V. Krawczyk-Wasilewska, *AIDS. Studium antropologiczne*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2000, s. 11. Por. też: M. Smallman-Raynor, A. Cliff, P. Hagget (eds.), *London International Atlas of AIDS*, Blackwell Reference, London 1992, s. 121–129.

¹⁷ V. Krawczyk-Wasilewska, s. 44–64 i *Ilustracje*.

W marcu 2010 r. Geri Benoit (*de domo* Belnowski) przybyła do Polski, by zbierać fundusze na pomoc dla swoich rodaków. Lecz zanim przyjazd pani ambasador nastąpił, już 28 stycznia „Gazeta Wyborcza” opublikowała materiał pod szokującym tytułem *Nasi rodacy z Haiti. 200 lat czekają, aż Polacy przyjadą i pomogą*¹⁸. Artykuł ilustrowały fotogramy autorów, portretujące biednych mieszkańców Cazale, których dumne przekonanie o polskich korzeniach opiera się na kilku przesłankach; a to, że niektórzy z nich noszą polsko brzmiące nazwiska, mają jasnobrązowy kolor skóry lub niebieskie oczy, albo też jaśniejszy kolor włosów i tańczą taniec *kokoda*, uchodzący za taniec polski, lub używają lokalnych powiedzeń i wyrażen przysłowiowych nawiązujących do polskich korzeni¹⁹. Nic tedy dziwnego, że w czasie wizyty Jana Pawła II na Haiti (9 marca 1983 r.) delegacja Cazale, dzierżąc polskie flagi, witała papieża ceremonialnie. Fakt ten potwierdził prof. Leszek Kolankiewicz w wywiadzie udzielonym wspomnianej wyżej gazecie w dniu 21 stycznia 2010 r., twierdząc, że polscy Haitańcy, posiadający silne przekonanie o swoich polskich korzeniach, w gruncie rzeczy nie mają żadnego bliższego pojęcia ani o naszym kraju, ani o języku. Przypomnimy też, że dzisiejsi Polacy również niewiele lub nic nie wiedzą o Haiti i polsko-haitańskich związkach historycznych.

Dzieje te sięgają lat 1802–1803, kiedy to polskie legiony walczyły „Za Wolność Naszą i Waszą”. Mając nadzieję na odzyskanie własnej wolności poprzez aliansę z obcą armią, część patriotycznie ukierunkowanych wojskowych związała się z armią francuską, tworząc samodzielne oddziały polskie. Tak oto Legion Dąbrowskiego w liczbie 5200 żołnierzy został wysłany przez Napoleona do Saint Domingue, by zdławić lokalną rewolucję. Stara haitańska opowieść głosi, że Polacy przeszli na stronę czarnych Haitańczyków i walczyli ramię w ramię przeciw Francuzom. Potraktowani jako przyjaciele San Domingo przez cesarza Jean-Jacques Dessaline’a osiedlili się w Cazale, La Valle de Jacmel, Fond des Blancs, La Baleine i Port Salut oraz w Jean du Sud.

Jednakże rzeczywistość – jak twierdzą historycy²⁰ – wyglądała zgoła inaczej. Polacy nie byli przygotowani do walki w tak odległym kraju. Od zbyt ciężkich mundurów począwszy, wielu z nich nie mówiło po francusku, wielu

18 B. Kaniewska, Ś. Wojtkowiak, *Nasi rodacy z Haiti. 200 lat czekają, aż Polacy przyjadą i pomogą*, „Gazeta Wyborcza”, 28.01.2010, *Duży Format* [dodatek], s. 6–7.

19 Por. R. Orizio, *Zaginione białe plemiona*, Wydawnictwo Czarne, Wołowiec 2009, s. 153–213.

20 J. Pachonski, K. R. Wilson, *Poland’s Caribbean Tragedy: A Study of Polish Legions in the Haitian War of Independence 1802–1803*, East European Monograph, Boulder, Columbia University Press, New York 1986. Por. też liczne prace historyczne na temat Legionów pisane przez Adama Skalkowskiego z początku XX w.

nie wytrzymało uciążliwości klimatu. Ponad 4 tys. polskich żołnierzy zmarło na żółtą febrę, łącznie z 35-letnim generałem Władysławem Jabłonowskim, który zmarł, zanim przybyli z Europy jego żołnierze i oficerowie²¹. Inni polscy legioniści zostali zabici lub byli ranni, a prawie 200 przeszło do Brytyjskiej Armii Kolonialnej. Ostatecznie około 150–180 prostych żołnierzy (nie oficerów!) ocalało swoje życie, przechodząc na stronę Haitańczyków i osiedlając się we wskazanych im miejscach.

Zgoła odmienny wariant tej opowieści popularyzowały dzieła literackie²², w świetle których Polacy – na rozkaz francuskiego generała Fressineta, obawiającego się, iż mogą oni przejść na stronę wroga – dokonali rzezi na nieuzbrojonym szwadronie Haitańczyków w San Marco. Zdarzenie to – jak twierdzą historycy – jest mało prawdopodobne, ponieważ liczba polskich żołnierzy była szczątkowa. Klóci się to również z pozytywną opinią lokalnej społeczności, jaką cieszyli się Polacy po rewolucji w San Domingo. W drugiej konstytucji z roku 1805, a właściwie w pierwszej, prawdziwie haitańskiej i odwetowej (z dziejszego punktu widzenia nawet rasistowskiej) znalazła się preambuła nr 12, zakazująca białym osiedlania się na terytorium Haiti. Wyjątkiem od tej zasady objęto Polaków i Niemców, co zostało uwiecznione w preambule nr 13²³. W późniejszych konstytucjach już tego paragrafu nie było.

Ciekawe, że pewnego dnia dyskutowałam o tym problemie ze znajomym (*notabene* znanym *storytellerem*), który – jako miłośnik piłki nożnej – przekazał mi następującą pogłoskę:

Nieprawda, paragraf ten Haitańczycy zniesli dopiero w roku 1974 po meczu z Polską, którego rezultat był dla nich niepomysłny – Haiti (0): Polska (7).

Przypomnę, że nasza rozmowa miała miejsce w czasie Światowych Mistrzostw w Piłce Nożnej 2010, na których polska drużyna poniosła sromotną klęskę...

²¹ Epizod ten wspomina Adam Mickiewicz w *Panu Tadeuszu*, Paryż 1834.

²² S. Żeromski, *Popioły*, Warszawa 1904.

²³ Oryginalny tekst preambuły brzmiał następująco: „The preceding article cannot in the smallest degree affect white woman who have been naturalized Haytians by Government, nor does it extend to children already born, or that may be born of the said woman. The Germans and Polanders naturalized by government are also comprized [sic!- uwaga moja V.K.-W.] in the dispositions of the present article” („New York Evening Post”, 1805, July 15).

Panika w Ghanie

Cztery dni po wstrząsie haitańskim świat globalnych mediów *online* „zatrząsł się” ponownie na wiadomość podaną przez brytyjską stację BBC News w dniu 18 stycznia, iż pogłoska o spodziewanym – po 70 latach przerwy – trzęsieniu ziemi na terytorium Ghany spowodowała poważną panikę wśród Ghańczyków, którzy, jak kraj długi i szeroki, spędzili noc z 17 na 18 stycznia 2010 r. na drogach i ulicach, z dala od swych domostw.

Powodem paniki był rozsyłany 17 stycznia w godzinach wieczornych tekst SMS, powołujący się na informacje z NASA i BBC News o przewidywanym nocnym ataku kosmicznych promieni z Marsa²⁴. Do wczesnych godzin rannych ludzie rozsiewali pogłoskę, że spodziewany kataklizm jest wstrząsem następczym po haitańskim trzęsieniu ziemi. O godzinie 4 rano, ghański wiceminister ds. informacji, Samuel Okudzeto Ablakwa skontaktował się z korespondentem BBC, by sprawdzić, czy narodowa panika i powszechny lęk mają jakiegokolwiek uzasadnienie, czy też są dziełem nieodpowiedzialnego żartownisia. Uspokajanie społeczeństwa rozpoczęto od godziny 5 rano z pomocą trzech lokalnych stacji: BBC Network Africa, Accra Peace FM i Ghana's Joy FM Station.

Pogłoska ghańska poruszyła nie tylko światowe media, ale też całe rzesze – skłonnych do natychmiastowego komentarza – internautów. Wielu podniosło alarm na kartach swych blogów²⁵, inni zareagowali bardziej osobiście na forum BBC. Oto dwa przykłady:

Tutaj w Tadżykiście pogłoski o trzęsieniu ziemi zdarzają się co kilka miesięcy. Rozsiewane są telefonicznie i poprzez SMS-y, co powoduje, iż ludzie wybiegają na ulicę w oczekiwaniu na wstrząs. Odnoszę wrażenie, że te pogłoski są antydatowane. Myślę też, że jest to większy problem wiążący się z lękiem i brakiem informacji.

Co to jest kilka minut niespania wobec ewentualności utraty życia?
A poza tym jaką mękę przeżywa ktoś, kto zapoczątkował ten przekaz.

Dwa lata później, w roku 2012 autorka niniejszego przez przypadek zauważyła, że warianty ghańskiego SMS-a pojawiły się ponownie. Oto przykład (i przekład) tej globalnej e-pogłoski wraz z komentarzem internauty:

²⁴ Tekst brzmiał następująco: „Today's night 12:30 to 3:30 am COSMIC RAYS entering earth from Mars. Switch off ur mobiles today's night. ?NASA BBC NEWS? Pls pass to all ur friends”.

²⁵ Np. <http://www.ethanzuckerman.com/blog/2010/01/19/>, (dostęp: 10.06.2010).

Dziś w nocy między 12:30 a 3:0 promienie kosmiczne z Marsa dotrą na ziemię. Nie włączaj komórki nocą i trzymaj ją zdala od siebie, ponieważ będzie rozsiewać niebezpieczne promieniowanie. NASA do BBC NEWS. Proszę przekaż dalej tę informację [...] Wiadomość powyższa jest fałszywym żartem. Nie rozumiem dlaczego ludzie rozpowszechniają tego rodzaju panikarskie przekazy, które krążą od 2008 r., również na Facebooku. I nagle dziś 6 kwietnia 1012 ponownie taką wiadomość otrzymałem²⁶.

Zarówno komentarze *online*, jak i sama, cytowana wyżej pogłoska stanowią znakomite potwierdzenie potęgi współczesnej komunikacji digitalnej i jej roli w rozprzestrzenianiu globalnego e-folkloru. Jednakowoż ilustrują nie tylko siłę, ale i słabość sieci komunikacyjnych. Odzwierciedlają bowiem problem indywidualnych postaw etycznych i prywatności wobec świata zewnętrznego i publicznego. Z tym wszystkim wiąże się konieczność dyskusji o rejestrowaniu, kontrolowaniu i monitoringu, a nawet cenzurze przekazów. Nie bez znaczenia jest również problematyka odpowiedzialności za rozpowszechnianie fałszywej informacji oraz roli autorytetów globalnych (NASA, BBC World) i lokalnych (miejscowe stacje telewizyjne i radiowe).

A przekaz folklorystyczny? Niekiedy „drzemie” w archiwach, by pewnego dnia obudzić się do życia na innym kontynencie... w postaci wędrownego podania, tzw. legendy miejskiej²⁷, czy e-pogłoski.

²⁶ <https://journeytothestars.wordpress.com/tag/nasa-bbc-rumors-cosmic-rays-from-mars>, (dostęp: 10.05.2012).

²⁷ D. Czubała, *Polskie legendy miejskie. Studium i materiały*, Thesaurus Silesiae, Katowice 2014.

Rozdział VI

**Fenomen serwisów randkowych
w skali globalnej**

Wprowadzenie

Rozwój technologii digitalnej od wielu lat ułatwia rozwój kontaktów interpersonalnych, którym sprzyja niskokosztowa telefonia stacjonarna i mobilna (komórkowa), poczta elektroniczna i komunikatory. Tradycyjną komunikację „twarzą w twarz” zastąpiły zróżnicowane formy kontaktu elektronicznego, zwłaszcza w obrębie tzw. serwisów społecznościowych, których intrygującym rozwinięciem są tzw. portale randkowe. Ponieważ globalizacja ogarnia coraz szersze przestrzenie, w tym sferę obyczajową, przeto serwisy towarzyskie i randkowe są jej wytworem, umożliwiającym – wobec widomych zmian w stylu życia społecznego – organizację digitalnych kontaktów towarzyskich i matrymonialnych oraz spotykania się ludzi *online* i *offline*¹.

Portale randkowe są częścią współczesnego scenariusza kulturowego, gromadzą bowiem miliony użytkowników reprezentujących wszystkie kategorie wiekowe, przy oczywistej dominacji ludzi młodszych. Oferta jest ogromna i znalezienie *online* przyjaźni, miłości, towarzystwa czy małżeństwa nie jest dziś czymś wyjątkowym.

Globalna liczba osób samotnych, zwanych singlami, cechuje się stałą tendencją wzrostową. Przewiduje się, iż do 2021 r. w krajach rozwiniętych obejmie ona 40% dorosłych obywateli świata i wymusi zmianę nie tylko obyczajów, ale też zmianę potrzeb mieszkaniowych, kosztów utrzymania, zużycia energii, usług itp.² Ta prawdziwa rewolucja może doprowadzić do zniszczenia zasad życia społecznego opartych na domu, tradycyjnej rodzinie i stałym miejscu zamieszkania. Młodsza generacja singli obojga płci już dziś nie odczuwa społecznej presji na zakładanie rodziny, co więcej, wykorzystuje swój status do poznawania świata, budowania kariery zawodowej i życiowego eksperymentowania. Wygodni i zadowoleni z siebie samotni ludzie tworzą powiększającą się populację, w USA znaną pod nazwą *quirkylones* (*quirky alone*), dla potrzeb której rynek odpowiada promocją życia w pojedynkę (np. Narodowy Tydzień Samotnych

1 Por. A. Ross, *G.O.D. is great. How to Build a Global Organism*, Charleston S.C. 2010.

2 Tendencję tę uwidoczniają przewidywania statystyczne (m.in. Austriackiego Instytutu Ekologicznego) i projekty architektoniczne (np. wystawa *Singletown* na Biennale Architektury, Wenecja 2008). Por. C. Romm-Livermore, K. Setzkorn (eds.), *Social Networking Communities and E-Dating Services: Concepts and Implications*, IGI Global, 2008.

Amerykanów), małymi porcjami pakowanej żywności, wakacjami dla samotnych, mniejszymi mieszkaniami i domami oraz wzrostem liczby internetowych serwisów randkowych, jak również... wzrostem liczby domów spokojnej starości.

Status osoby samotnej może być sprawą osobistej decyzji (w wypadku aktywnych zawodowo ludzi młodych) albo koniecznością życiową (w wypadku osób rozwiedzionych i owdowiałych emerytów). Poza oczywistymi korzyściami życie indywidualne rodzi pewne niedogodności, np. finansowe czy psychologiczne (puste gniazdo, brak stałego towarzystwa i wsparcia), wzmacniane dojmującą samotnością, częstokroć mimo posiadania progenitury. W krajach wysoko rozwiniętych różnorodność i popularność portali randkowych odzwierciedla głębokie lęki kulturowe związane ze zwiększającym się poczuciem ludzkiej samotności, której główne przyczyny upatrywane są w zaniku tradycyjnych powiązań krewniaczych oraz tzw. *gender revolution* i „atomizacji” społeczeństwa. Ta ostatnia wiąże się z upadkiem tradycyjnej rodziny, wzrostem neoliberalizmu, konsumeryzmem i mobilnością zawodową oraz gloryfikacją autonomii jednostki.

W tej sytuacji nawet związki międzyludzkie stają się rodzajem towaru, który jako artykuł pierwszej potrzeby jest przedmiotem wymiany za pośrednictwem internetowych stron randkowych. Na wskazane wyżej zapotrzebowanie odpowiadają wyspecjalizowane portale randkowe o charakterze globalnym, które co prawda jeszcze nie dostarczają gotowego „produktu”, ale zmierzają w tym kierunku, o czym świadczy coraz większa liczba stron randkowych oferujących usługi psychometryczne w językach użytkowników, że wymienimy najpopularniejsze: www.parship.com, www.e-harmony.com, www.be-2.com, www.datingaffinity.com, www.edarling.com. Odzwierciedlają one współczesną korelację między zglobalizowanym, zachodnim stylem życia i modyfikacją, a nawet niwelacją tradycyjnych struktur rodzinnych.

Tło historyczne

Dzisiejsze portale randkowe są współczesną odmianą i kontynuacją dawnych agencji matrymonialnych, nie stanowią więc *eo ipso* kompletnej nowości, ponieważ pośrednictwo matrymonialne istniało od bardzo odległych czasów. W świetle historycznych badań prasoznawczych³ już 300 lat temu pojawiły się

³ Z. Bajka, *Krótką historia reklamy na świecie i w Polsce*, „Zeszyty Prasoznawcze” 1993, nr 3–4, s. 16–47; K. Orszulak-Dudkowska, *Ogłoszenie matrymonialne. Studium z pogranicza folklorystyki i antropologii kultury*. Polskie Towarzystwo Ludoznawcze, Łódź 2008, s. 13. Por.: H. G. Cocks, *Classified: The Secret History*

pierwsze prasowe ogłoszenia matrymonialne. Prawdopodobnie pierwszy taki anons opublikowano 19 lipca 1695 w Anglii w gospodarskim magazynie pt. „A Collection for Improvement of Husbandry and Trade” wydawanym przez Johna Houghtona. Tamże „30-letni, dobrze uposażony dżentelmen” poszukiwał odpowiedniej wiekiem kandydatki, która „posiadałaby majątek o wartości około 3000 funtów”⁴. W wieku XVIII coraz częściej zdarzały się ogłoszenia matrymonialne na łamach prasy brytyjskiej, amerykańskiej i niemieckiej, a w wiktoriańskiej Anglii pojawiła się pierwsza gazeta o tytule „The Matrimonial News” (1870–1895), w całości poświęcona problematyce matrymonialnej⁵. W Polsce inseraty matrymonialne spopularyzowało dopiero dwudziestolecie międzywojenne.

W wieku XX nadal powszechnie praktykowano tradycyjny sposób kojarzenia małżeństw za pośrednictwem krewnych, znajomych i księży, jak również przy pomocy płatnych swatów lokalnych. Dopiero w latach czterdziestych w Europie i Stanach Zjednoczonych pojawiły się pierwsze biura matrymonialne (The Marriage Bureau)⁶, świetnie prosperujące również po wojnie aż do lat siedemdziesiątych. Ich praca polegała na dyskretnym aranżowaniu spotkań (randek) kandydatów do małżeństwa, skrupulatnie dobieranych na podstawie analizy formularzy wypełnianych przez petentów, w których informowali o sobie i wymaganiach stawianych wymarzonemu kandydatom.

Pomysł swatania przy użyciu komputera pojawił ponad pół wieku temu w USA. W 1959 r. studenci matematyki Uniwersytetu Stanforda opracowali na zaliczenie program pt. *Usługa Planowania Szczęśliwych Rodzin*, „zlecając” komputerowi IBM połączenie w pary 49 kobiet i 49 mężczyzn, którzy uprzednio wypełnili odpowiednie kwestionariusze. Realnym rezultatem tego eksperymentu było jedno szczęśliwie zawarte małżeństwo⁷.

of the Personal Column, Random House, London 2009; F. Beauman, *Shapely Ankle Preferred: A History of the Lonely Hearts Advertisement*, Vintage, London 2012.

- 4 J. Houghton (ed.), *A Collection for Improvement of Husbandry and Trade*, 1695, vol. I, s. 58 [Bodleian Library, Oxford].
- 5 J. Phegley, *Courtship and Marriage in Victorian England*, Praeger, Santa Barbara 2012, s. 84.
- 6 Pierwszym, bazującym na danych statystycznych było biuro matrymonialne „Introduction” otwarte w 1941 r. w Newark, New Jersey.
- 7 C. S. Gillmor, *Computers in Love: Date Matching at Stanford*, „Soundstone and Tile” 2002, Vol. 26, No. 2–3 (Summer/Fall), s. 1–9 (http://historicalsociety.stanford.edu/pdf/ST/ST26no2_3.pdf), (dostęp: 20.05.2016).

Niemalý wkład do pomysłu kojarzenia par na oczach ogromnej publiczności wniosła telewizja amerykańska ABC swoim *reality show* „The Dating Game” (1965–1986), w którym kobieta wybiera jednego z trzech kandydatów, z którymi może rozmawiać, ale ich nie widzi. Program ten, autorstwa Chucka Barrisa, rozprowadzany globalnie na zasadzie franczyzy, cieszył się ogromną popularnością w wielu krajach, a w Polsce znany był jako „Randka w ciemno”. Wspomnieć też trzeba o popularnych w latach 80. i 90. randkach wideo, upowszechnianych również przez telewizję, które polegały na nagrywaniu na kasecie VHS filmu o sobie i przesyłaniu go do specjalnego programu lokalnego celem znalezienia odpowiedniego partnera. Jednakże mimo widocznego rozwoju form niekonwencjonalnego poszukiwania życiowego partnera, nadal panowała tradycyjna opinia, w świetle której korzystanie z usług komercyjnych serwisów matrymonialnych było postrzegane jako akt desperacji.

Tego rodzaju społecznej stygmatyzacji nie były w stanie zatrzymać pierwsze randkowe strony internetowe zaprojektowane przez Lee Zehrera, właściciela domeny www.Kiss.com (od 1994 r.)⁸ i późniejszego giganta – www.Match.com (od 1995)⁹. Początki technologii randkowej polegały na wprowadzaniu wydruku e-maili do Filemaker Pro, a pod koniec dnia, dzięki użyciu MacAuthorize (modem 14.4), rozsyłaniu odpowiedzi pod wskazane e-adresy¹⁰. Niebawem technologię udoskonalono i już na początku roku 1996 amerykański portal internetowy Yahoo odnotował 16 randkowych stron internetowych.

W następnych latach sektor randek *online* rozrastał się gwałtownie. Takie portale, jak odkryte w roku 2002 Friendster i Myspace zrewolucjonizowały technologię, umożliwiając użytkownikom kontakty w wirtualnej rzeczywistości. W 2003 r. Joe Tracy wydał pierwszy numer „Online Dating Magazine”, którego początkowym celem było edukowanie czytelników w zakresie bezpiecznego randkowania w Sieci. Wkrótce pojawiły się w Internecie dalsze formy udoskonalania stron randkowych, które – pod wpływem Facebooka (2004) i Twittera (2006) – coraz częściej spełniały funkcje sieci społecznościowych. Użytkownicy (posiadający status członków subskrybentów) zachowują swoją anonimowość, posługując się pseudonimami. Umieszczają oni swoje fotografie wraz z tzw. profilami, czyli krótkimi informacjami o sobie, i poszukują zdjęć oraz opisów innych, odpowiadających im osób. Użytkownicy tego rodzaju wirtualnych klubów randkowych korzystają z wewnętrznej, intranetowej pocz-

⁸ Strona jest wciąż aktywna i cieszy się popularnością 12 mln użytkowników.

⁹ W 2015 r. Match.com liczył 29 mln użytkowników, opłacających miesięczne członkostwo w wysokości \$29.99.

¹⁰ <http://www.lovesites.com/history-of-internet-dating>, (dostęp: 20.01.2016).

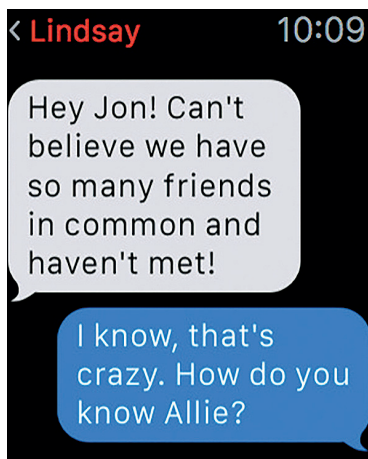
ty, która umożliwia im wymianę korespondencji z wybranymi kandydatami. W dalszym etapie potencjalni randkowicze wymieniają prywatne adresy e-mailowe, a nawet numery telefonów, by na koniec przejść do etapu ostatniego – osobistego spotkania w przestrzeni świata realnego.

O skali zjawiska świadczy fakt, iż w latach 2010–2015 liczba portali randkowych na świecie wynosiła ponad 500 stron www, a rynek randek internetowych w Wielkiej Brytanii i Stanach Zjednoczonych wyprzedził digitalny przemysł muzyczny i rynek gier wideo.

Okazało się wówczas, że definicja usług randkowych *online* musi być poszerzona o różnicowane cele i specyfikę portali, często o charakterze niszowym, bazujących na rodzaju członków, ich zainteresowaniach, lokalizacji i specyficznych oczekiwaniach, a więc serwisy kierowane do osób określonego wyznania religijnego, pochodzenia etnicznego, geolokalizowane, hobbystyczne, które łączą randkowiczów ze względu na jakiś jeden, ważny dla nich czynnik (np. GlutenFree Singles, Asexualitic.com, ChristianCafe.com, TattooSingles.com, BeautifulPeople.com, itd.). Innego rodzaju wyzwaniem stanowiły serwisy alternatywne, np. Grindr (dla gejów), Her (dla lesbijek), Ashley Madison (dla osób poszukujących relacji pozamałżeńskich), itd. Generalnie nowe znajomości zawierane są według kryterium wieku, wykształcenia, lokalizacji geograficznej, gustów muzycznych i uczciwości co do intencji kandydata. Większość stron randkowych umożliwia publikowanie własnych zdjęć i filmików oraz wyszukiwanie kandydatów na podstawie pozytywnej oceny ich wyglądu fizycznego. Strony oferują też usługi dodatkowe, takie jak webcasty – pliki medialne audio/wideo (odtwarzane na żywo lub na żądanie), czaty – naprzemienne przesyłanie wiadomości *online* i telefonicznie (VOIP) oraz fora dyskusyjne i pocztę wewnętrzną. Prawdopodobnie najważniejszym jednak czynnikiem wyboru jest wzajemna fascynacja i pociąg erotyczny, ale te elementy mogą być sprawdzone jedynie w toku spotkania osobistego.

Stosunkowo nowy, bo odkryty w 2012 r. jest mobilny portal randkowy o nazwie Tinder (podpałka), dostępny dla posiadaczy smartphonów. Ta ultraszybka aplikacja (*swiping app*) korzysta z profilu na Facebooku i zbiera z niego podstawowe informacje, takie jak: wiek, zainteresowania, zdjęcia i wspólnych znajomych, a na podstawie lokalizacji określa położenie geograficzne potencjalnych kandydatów nawet do 1 km. Za pomocą dwóch przycisków anonimowy poszukiwacz towarzystwa może albo „pomijać” zdjęcia i przesuwać się dalej (przycisk lewy), bądź „polubić” zdjęcie (przycisk prawy) innego użytkownika. Jeśli osoba ta odwzajemni zainteresowanie, można porozmawiać z nią na czacie lub wysłać jej zdjęcie. Globalna aplikacja Tinder cieszy się wielkim powodzeniem i jest dostępna w 196 krajach oraz w 30 językach. Oblicza się, że każdego

dnia użytkownicy Tindera przeglądają 1,6 mld pozycji, zawierając ponad 26 mln kontaktów. Od października 2015 r. Tinder wprowadził dalszą funkcję – Super Like, która znacznie przyspiesza zawieranie interesującego kontaktu.



Rycina 21. Pogawędka (czat) na Tinderze

(<http://a4.mzstatic.com/us/r30/Purple1/v4/26/af/d6/26afd60a-5fde-f8ad-b3ff-2ba7b6d2f9e4/screen390x390.jpeg>)

Portale, zajmujące się randkami *online* są wielkim i wciąż rozrastającym się sektorem ekonomicznym, znajdującym się głównie w rękach korporacji amerykańskich. Ten ogromny i dochodowy przemysł towarzyski skupia ponad 500 firm na całym świecie, a problem bezpieczeństwa użytkowników i podnoszenia standardów jest traktowany bardzo poważnie, o czym świadczą nie tylko doroczne konferencje specjalistyczne¹¹, a także powołanie w 2013 r. stowarzyszenia *Online Dating Association*. Tylko niektóre społecznościowe serwisy randkowe są bezpłatne dla użytkowników i żyją z reklam, w innych zaś – mimo nieodpłatnej rejestracji i darmowej komunikacji podstawowej – zaawansowane poszukiwania są traktowane jako dodatkowe, płatne usługi. Istnieje wreszcie wiele serwisów płatnych w formie abonamentowej. Jest to więc jeden z lepiej prosperujących biznesów na świecie. Według IBISWorld przychód amerykańskich stron randkowych miał wynosić około 630 mln dolarów w roku 2015¹².

¹¹ www.idateconference.com, (dostęp: 22.01.2016).

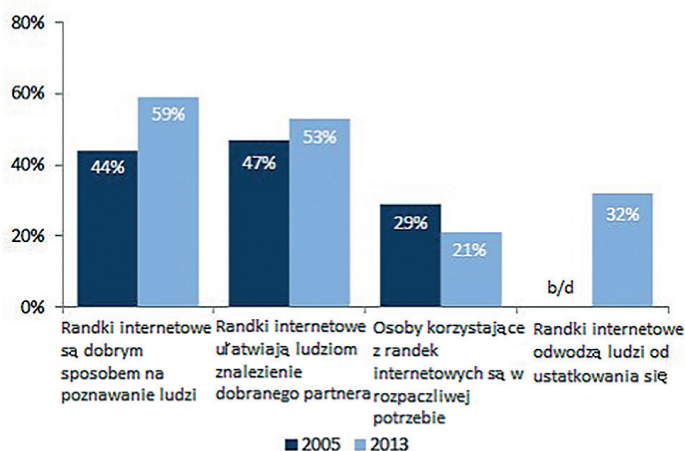
¹² www.ibisworld.com/industry/default.aspx?indid, (dostęp: 22.01.2016); *A Business of Love: Online Dating by the Number*, [w:] <http://visualeconomics.creditloan.com/a-business-of-love-online-dating-by-the-numbers/#ixzz3xyLBYSUy>, (dostęp: 22.01.2016).

W Polsce największą popularnością cieszą się Sympatia.pl (działająca od 2004 r.), SympatiaPlus.pl, eDarling.pl, MyDwoje.pl., be2.pl, Przeznaczeni.pl¹³. Sądząc po liczbie odsłon, korzysta z nich rocznie – według portalu www.Wirtualnemedi.pl – ponad 3,5 mln użytkowników¹⁴.

Poza oczywistym profitem finansowym firmy zarządzające randkami *online* wypełniają swój cel misyjny, jakim jest łączenie samotnych ludzi. Rezultatem ich działalności jest fakt, że około 20 mln ludzi na świecie odwiedza każdego dnia wybraną stronę randkową, a liczba małżeństw w ten sposób skojarzonych powiększa się dynamicznie (np. 280 tys. w roku 2011 w stosunku do 120 tys. w roku 2008)¹⁵. A oto dane opublikowane w 2016 r. przez znaną amerykańską organizację *non-profit* Pew Research Center¹⁶ z Waszyngtonu, zajmującą się badaniem opinii publicznej:

Opinie na temat randek internetowych, 2005-2013

% użytkowników internetu, którzy zgadzają się z podanymi poniżej twierdzeniami



Źródło: Badania przeprowadzone przez Pew Research Center's Internet & American Life Project Spring Tracking Survey, 17 kwietnia- 19 maja 2013, liczebność próby= 2252 osoby dorosłe powyżej 18 roku życia. Wywiady przeprowadzono w językach angielskim i hiszpańskim przy użyciu telefonów stacjonarnych i komórkowych. W roku 2005 badanie przeprowadzono od 14 września do 8 grudnia na próbie 3215 osób dorosłych powyżej 18 roku życia.

Rycina 22. Postawy Amerykanów wobec randek internetowych

(<http://www.pewresearch.org/fact-tank/2016/02/29/5-facts-about-online-dating>)

¹³ www.top10portalerandkowe.pl, (dostęp: 11.08.2016).

¹⁴ <http://www.wirtualnemedi.pl/arttykul/3-5-mln-polakow-randkuje-w-sieci-coraz-wiecej-nastolatkow-i-osob-ze-wsi-top10-serwisow>, (dostęp:11.08.2016).

¹⁵ <http://www.onlinedatingmagazine.com/onlinedatingstatistics.html>, (dostęp: 08.06.2016).

¹⁶ <https://www.pewresearch.org>, (dostęp: 11.08.2016).

Nowy gatunek e-folkloru: opowieści o szczęśliwym zakończeniu

Globalna społeczność internetowych randkowiczów, liczona w milionach, jest rodzajem środowiska sieciowego, które wytworzyło specyficzną subkulturę, obejmującą zasady zapisu (członkostwa), autoprezentacji (tzw. profil), formy zawierania kontaktu, etykiety, język i folklor.

Już choćby pobieżny przegląd któregoś z popularnych serwisów pokazuje, że portale randkowe spełniają funkcję dawniejszego swatania. Tradycyjny swat (lub swatka) odgrywał rolę pośrednika między zainteresowanymi małżeństwem stronami. Dziś jego rolę wypełnia niewidoczny gołym okiem, magiczny *webmaster*. Poza nim ważne miejsce zajmuje doradca randkowy (tzw. *dating coach*), czyli ekspert, objaśniający bezpieczne zasady randkowania. Nie używa magicznych zaklęć, ale podpowiada, jaki rodzaj autoprezentacji ma największe powodzenie, jakiego rodzaju zdjęcia zamieszczać, o czym nie pisać, a jakie cechy własne eksponować itp. W końcu oferta (ogłoszenie zwane profilem) jest rezultatem własnej inwencji użytkownika, który występuje anonimowo, ukrywając się pod pseudonimem.

Strukturę typowego anonsu randkowego otwiera *incipit*, rodzaj motto w postaci fragmentu obiegowej sentencji, czasem żartobliwego wyrażenia formułicznego, nawiązującego do popularnych piosenek o miłości czy wyrażeń przyszłowiowych, np.: „Czas ucieka...”, „Szukam swojego księcia na białym koniu”, „Gdzie ci mężczyźni”. Następnym elementem jest autocharakterystyka (wiek, płeć, stan cywilny, wykształcenie, zawód, zainteresowania), motywacja i oczekiwania (wymagania) wobec wymarzonego partnera. Randkowy anons przybiera postać tekstu perswazyjnego, który utrzymany w tonie pozornie spontanicznym i żartobliwym, łączy w sobie trzy intencjonalne funkcje: informacyjną, nakłaniającą i sprawczą. Poetyka tego przekazu nawiązuje z jednej strony do popularnego romansu, z drugiej zaś do tradycyjnych, często żartobliwych formuł komunikacyjnych i cech protoepistolarnych (nadawca–adresat, formuła początkowa i zamykająca, specyficzna retoryka etc.).

Tak więc internetowy anons randkowy, choć jest współczesnym produktem digitalnym, zbliża nas do folkloru, a to ze względu na takie cechy, jak: anonimowość, schematyczna struktura i wariantowość przekazu, powtarzalność, formułiczność oraz kolektywny odbiorca operujący we wspólnocie. Ten rodzaj romansowego e-folkloru został wzbogacony o nowy e-gatunek, który można odnaleźć w Sieci, a mianowicie tzw. *success story*¹⁷, czyli „opowieść o szczęśli-

¹⁷ V. Krawczyk-Wasilewska, *e-Folklore in the Age of Globalization*, „Fabula” 2006, Vol. 47, No. 3–4, s. 252. Por. K. Orszulak-Dudkowska, *op. cit.*, s. 151–153.

wym zakończeniu”. Są to dziękiżynnne wspomnienia szczęśliwych par, które poznały się *online*. Tego rodzaju teksty, często wzbogacone zdjęciem lub filmikiem wideo, publikowane na stronach randkowych przez webmasterów mają cel marketingowy. Pod względem fabularnym wątki tych opowieści przeważnie bazują na schemacie znanym z tradycyjnych bajek fantastycznych (baśni), takich jak *Kopciuszek*, *Piękna i Bestia* czy *Śpiąca królewna*, w których przeznaczeni sobie, potencjalni kochankowie, pokonując wszystkie napotymane na swej drodze trudności, w końcu łączą się ze sobą w szczęśliwym związku¹⁸.

Narracje miłosne o szczęśliwym zakończeniu zawierające formuły otwarcia i zamknięcia, są relacjonowane przez podmiot narracyjny i istnieją w przestrzeni wirtualnej. To pozwala wspólnocie randkowiczów *online* brać udział w podzieleniu prywatnych historii życia szczęśliwych par, a aspekt wspólnotowego uczestnictwa w indywidualnym życiu jest typową cechą postmodernistycznej kultury digitalnej. Oto trzy przykłady zaczerpnięte z globalnych serwisów randkowych (eHarmony.com, Pof.com, Match.com), jak również z rodzimej Sympatii.pl:

1. **Alex and Jola.** Jola i ja pochodzimy z Europy (ja z Wlk. Brytanii, a ona z Polski). Przybyliśmy (każde z osobna) do USA jakiś czas temu i mamy podobne losy imigrantów. Dzięki wam mamy teraz los wspólny. Pobraliśmy się 17.sierpnia 2011r.¹⁹
2. **Anna & Dawid, małżeństwo od czerwca 2015.** Od pierwszej wiadomości zaiskrzyło. Mimo iż początkowo – jako rozwodnicy – nie mieliśmy zamiaru zawierać nowych małżeństw, po 6 tygodniach powiedziałam Dawidowi, że mogłabym wyjść za niego.... Był zachwycony! Plenty Of Fish połączyło dwie zagubione dusze... i pobraliśmy się. Jeśli znamy siebie samych i wiemy kogo poszukujemy, POF jest idealnym miejscem, gdzie można partnera.²⁰
3. Po 37 latach małżeństwa mój mąż zmarł na atak serca. Byłam kompletnie załamana, brałam leki. Pewnego dnia lekarz poradził mi, bym zapisała się do Match.com. Koreśpondowanie z nieznanymi zapełniało mi pułkę. Spotkałam się nawet z kilkoma panami, ale to nie

¹⁸ Por. L. Degh, *American Folklore and the Mass Media*, Indiana University Press, Bloomington 1994.

¹⁹ www.eHarmony.com, (dostęp: 25.01.2016).

²⁰ www.pof.com, (dostęp: 25.01.2016).

było dla mnie. Pewnego razu kliknął do mnie Paul. Wpadł mi w oko od razu. Odkliknęłam natychmiast i tak się zaczęło. Potem spotkaliśmy się w realu i od tamtej pory, czyli od roku spotykamy się w każdym weekend, mimo, że mieszkamy w różnych miejscowościach (on w Kings Lynn, a ja w Haverhill). Kochamy się, rozumiemy i planujemy ślub. Dzięki Ci Match.com za danie starszym ludziom drugiej szansy! Wielkie dzięki! xxx (1. października 2015)]²¹

4. Historia Oli i Macieja. Już dawno planowałam napisać do Was wiadomość, ale ciągle – w wirze codziennych zajęć i obowiązków – schodziło to na dalszy plan i tak minęło... kilka lat, ale wszystko od początku:) Nasza historia zaczęła się w 2012 roku, w czerwcu, wtedy się poznaliśmy. Upalny wieczór, siadam do komputera i widzę wiadomość od „super mężczyzny”. Pierwsza moja myśl: „znowu ktoś, kto zupełnie mnie nie interesuje... i ten nick... może oznacza wysokie mniemanie o sobie...?” Zaczynam czytać i ku mojemu zaskoczeniu odpisuję... Wiadomość mnie zaintrygowała. Dość szybko decydujemy się na spotkanie w centrum miasta. W końcu kto nie ryzykuje, nie pije szampana... i ryzyko się opłaciło :) Nie zamierzam pisać ckliwych historyjek i przekonywać, jak bardzo się kochamy. Wiem jedno, warto zaryzykować i czasem postawić wszystko na jedną kartę. 14 sierpnia 2015 roku Maciej („super mężczyzna”) i Ola („aleksia13”) pobrali się i... żyli szczęśliwie:) A jako dodatek przesyłamy kilka fotek:)²².

Opowieści o szczęśliwym zakończeniu często publikowane są w formie wywiadów. Na stronie Match.com publikowana jest kolumna zatytułowana *Ich własne słowa*, gdzie szczęśliwe pary odpowiadają na pytania (Dlaczego wybraliście Match.com? Jak długo należeliście? Opowiedzcie o swojej pierwszej randce? Co planujecie? Czy polecilibyście innym Match.com?). Odpowiedzi zawsze są entuzjastyczne, pozytywne i pełne wdzięczności dla operatora randkowej strony internetowej. Powyższe przykłady potwierdzają siłę oddziaływania serwisów randkowych, ale również rodzą pytanie, czy wszystkie romantyczne opowieści z *happy endem* są narracjami szczęśliwych par, czy też są tworzone przez eksperta od marketingu?

²¹ www.match.com, (dostęp: 25.01.2016).

²² <http://sympatia.onet.pl/couples-histories/met-at-sympatia/historia-oli-i-macieja,5673117,couplehistory-detail.html>, (dostęp: 12.07.2016).

Operatorzy nie informują bowiem, ilu niezadowolonych i rozczarowanych subskrybentów zrezygnowało z uczestnictwa, ilu zaś stanowi legion tzw. „martwych dusz”, których nieaktywne profile nie zostały skasowane z powodów marketingowych²³. Do publicznej wiadomości operatorzy nie podają informacji o swoich trikach cenzorskich i śledzeniu korespondencji oraz podstawianiu fikcyjnych randkowiczów w celu zatrzymania subskrybenta. Przypomnijmy raz jeszcze, że wirtualne serwisy randkowe (*Online Dating System*) poza funkcją digitalnej swatki są sprawnie działającym i ciągle rozwijającym się globalnym sektorem biznesowym.

Na sprawę randkowania w Sieci należy spojrzeć także z innej perspektywy, ponieważ strony randkowe nie tylko kojarzą samotne serca w związku i pary małżeńskie, ale przede wszystkim umożliwiają przyjemne i bezpieczne spędzanie czasu przy ekranie komputera. Internetowi randkowicze zajmują się pisaniem i odpowiadaniem na wiadomości, zawieraniem przyjaźni, flirtowaniem i pogawędkami, żartując i bawiąc się bez większych zobowiązań w świecie realnym.

Eksperyment polsko-brytyjski²⁴

Badając krajowe i międzynarodowe randkowe serwisy internetowe w perspektywie ostatnich dziesięciu lat (2005–2015) zaobserwowałam, że ich systemowa konstrukcja ma charakter globalny, jak również globalne są zachowania *online* subskrybentów, świadczące o unifikującej sile mass mediów i internetowej netykiety. Nie muszę też dodawać, że potrzeba miłości jest globalnie akceptowana. Z drugiej zaś strony wspólnota sieciowych randkowiczów myśli lokalnie, o czym świadczą ich tzw. profile, umieszczane w lokalnych, a najczęściej transnarodowych, opartych na wymianie informacji, portalach korporacji randkowo-towarzyskich. Serwisy te mogą być źródłem informacji o różnicowaniu rasowym, etniczno-kulturowym i społecznym we współczesnym świecie;

²³ Por. V. Krawczyk-Wasilewska, *Folklor in the Digital Age: Collected Essays*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2016, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2016, s. 74–75.

²⁴ Ten paragraf w dużej mierze wykorzystuje uprzednio publikowane materiały. Patrz: V. Krawczyk-Wasilewska, D. Beer, *Global Singlevillage and Cultural Attitudes of Older British Males to Dating-on-line*. „Ethnologia Polona” 2008–2009, t. 29–30, s. 155–163; eadem, *Antropolog on-line, a badanie w działaniu. Eksperyment polsko-brytyjski*, [w:] E. A. Jagiełło, P. Schmidt (red.), *Homo Interneticus? Etnograficzne wędrówki w głąb Sieci*, Lublin 2010, s. 14–20 (<http://www.wiedzaiedukacja.eu>).

o regionach bogatych i biednych, stratyfikacji społecznej, zwyczajach lokalnych, kryzysie tradycyjnej rodziny i roli płci kulturowej w danym społeczeństwie²⁵.

Jak się okazuje w Europie najwyższą liczbą samotnych osób i pojedynczych gospodarstw domowych cechuje się Wielka Brytania, gdzie w ciągu ostatnich 40 lat ich liczba wzrosła czterokrotnie. Dziś wynosi 18 mln przy 64,6-milionowej populacji. Według Narodowego Biura Statystycznego w roku 2014 liczba gospodarstw jednoosobowych wynosiła 28% w stosunku do ogólnej liczby 26,7 mln²⁶.

Tę sytuację odzwierciedlają brytyjskie usługi randkowe *online* (np. Match.com, YahooPersonals, DatingDirect.com), cechujące się ogromną liczbą użytkowników w porównaniu z innymi europejskimi serwisami randkowymi²⁷. Wyjaśnienie kwestii, dlaczego Brytyjczycy są najbardziej samotnymi Europejczykami, wymagałoby odrębnych, interdyscyplinarnych badań na większą skalę. Zainteresowanie postanowiono ograniczyć jedynie do starszych Brytyjczyków (mężczyzn) i ich postaw kulturowych wobec internetowego randkowania w skali ponadnarodowej.

Celem było internetowe badanie w działaniu o charakterze jakościowym, prowadzone przez autorkę niniejszego i jej kolegę brytyjskiego, Dennisa Beera; oboje w momencie badań byli osobami samotnymi, oboje reprezentowali podobny status społeczny i przedział wiekowy (60–65 lat). Etnograficzne badania terenowe w Sieci przeprowadzono w 2009 r., kiedy to liczba samotnych Brytyjczyków wynosiła 15 mln w 60-milionowej populacji, a samej Anglii – 7 mln z prognozowanym wzrostem do 9 mln w roku 2021²⁸. Mimo że od przeprowadzonych badań minęło 6 lat, tendencja wzrostowa utrzymuje się nadal i Brytyjczycy są w dalszym ciągu najczęstszymi subskrybentami randek *online*. Według najnowszych statystyk w 2014 r. przeciętny Brytyjczyk wydał na cele randkowe od 120 do 1304 funtów rocznie, a całość randkowej infrastruktury (od prezentów po ubranie czy wydatek w restauracji) przyniosła budżetowi

25 V. Krawczyk-Wasilewska: *e-Folklore in the Age...*, s. 252.

26 <http://www.ons.gov.uk/ons/rel/family-demography/families-and-households/2014/families-and-households-in-the-uk--2014.html>, (dostęp: 26.01.2016).

27 Np. 5 grudnia 2008 r. system serwisu *DatingDirect.com* wykazywał aktywność *online* pięciu Duńczyków (przy totalnej populacji 5,5 mln), sześciu Polaków (totalna populacja 38 mln), 13 Włochów (60 mln), 15 Niemców (82 mln), 17 Francuzów (65 mln), ale – 1000 Brytyjczyków (w tym 420 z Londynu).

28 See report *Single Person Households* by Guy Palmer, New Policy Institute, Joseph Rowntree Foundation, April 2006.

państwa 4 mld funtów w 2014 r.²⁹ Dlatego też przytoczenie w tej pracy wyników ówczesnego eksperymentu badawczego wydaje się uzasadnione.

Dla naszego badania wybraliśmy www.DatingDirect.com (dalej skrót: DD), jeden z najstarszych, największych i najbardziej popularnych na Wyspach odpłatnych serwisów randkowych, którego właścicielem jest Meetic, firma umowiona we Francji i operująca w 15 państwach europejskich, a także na innych kontynentach. W końcu 2008 r. DatingDirect liczył około 700 tys. użytkowników, podczas gdy w maju 2009 r. ich liczba wzrosła do 5 mln na całym świecie³⁰, co dowodzi dalszej konsolidacji operatorów rynku randkowego. O popularności portalu świadczy liczba zalogowanych, np. 25 maja 2009 o godz. 12:35 (wtorek) system wykazywał 28 767 osób *online* w 93 państwach, podczas gdy w sobotę wieczorem było ich już ponad 70 tys.

Próbą badawczą objęto 80 mężczyzn (w większości Anglików), którzy opublikowali swój pełny profil i odpowiedzieli na test autorki. Wszyscy oni byli aktywnymi subskrybentami DD w ostatnim kwartale 2008 r. i deklarowali, że należą do rasy kaukaskiej, są nieżonaci, mieszcza się w przedziale wiekowym 60–65 lat, poszukują kobiet od 50 do 68 roku życia, posiadają wyższe wykształcenie (od magisterium po doktorat), reprezentują indywidualne gospodarstwa domowe i dochód średni do wysokiego. Nie brano pod uwagę religii, zatrudnienia/emerytury, liczby posiadanych dzieci i innych danych.

Jak już wspomniano, autorka opublikowała, składający się z 20 pytań test zgodności, którego wyniki pokrótce omówimy. Na pytanie o preferowany rodzaj wypoczynku wakacyjnego (*trekking* czy wczasy typu *all-inclusive?*), prawie 100% respondentów opowiedziało się za wakacjami aktywnie spędzanymi i w sposób indywidualny. Na pytanie o rodzaj spędzania wolnego czasu, większość optowała raczej za pielęgnacją ogródka, komputerem, majsterkowaniem i oglądaniem TV oraz DVD niż odległą wyprawą do kina czy teatru. Tak zwane „wyjścia” dla większości oznaczały wizytę w najbliższym pubie. Wszyscy samotnie popijali w domach, nikt nie deklarował abstynencji. Czytanie książek i aktywność sportowa (głównie jazda rowerem, ale też żeglowanie, czasem tenis i golf lub krykiet) dotyczyły mniejszości. Przyjmowanie gości w domu, składanie spontanicznych wizyt sąsiadom, zapraszanie dalszych znajomych, jak i inne formy życia towarzyskiego nie są powszechnie praktykowane. Wyjątek stanowią śluby i pogrzeby oraz rodzinne wakacje w małym gronie. Powiedzenie „Mój dom jest moim zamkiem” oddaje tradycyjne wartości Brytyjczyków:

²⁹ <https://www.meetic-group.com/press/uk/single-figures-british-daters-spend-an-average-of-1304-each-year-looking-for-love/>, (dostęp: 13.08.2016).

³⁰ „Le Monde” (dostęp: 14.02.2009).

szacunek dla własnej przestrzeni i prywatności, posiadanie nieruchomości (spłacony lub odziedziczony dom), obowiązki domowe (mężczyźni gotują, sprzątaj, remontują) i pracę w ogrodzie oraz czas poświęcony na własne hobby. Tak zindywidualizowany styl życia, jak i dość wczesne przechodzenie mężczyzn na emeryturę (od 55 roku życia i z odpowiednią odprawą od firmy) nie sprzyja zawieraniu nowych znajomości.

Przeciwieństwem powyższego są możliwości, jakie oferuje Internet. Samotny starszy pan może randkować do woli, spotykając w sieci nieograniczoną liczbę nowych znajomych i potencjalnych życiowych partnerek, zarówno z najbliższej okolicy, jak i całkiem odległej (prawdziwa globalizacja!), z którymi można korespondować, wymieniać poglądy i fotografie, „czatować” i wreszcie marzyć o podjęciu ryzyka spotkania wirtualnej damy, by przekonać się o jej osobowości, wspólnych zainteresowaniach i wzajemnym pociągu fizycznym, zwanym w żargonie randkowym „chemią”. Co więcej, w przeciwieństwie do komunikacji „twarzą w twarz”, komunikacja *online* pomaga naszemu stereotypowemu Brytyjczykowi pokonać jego nieśmiałość wynikającą z tzw. zimnego wychowania i klasowej stratyfikacji społecznej, rozpoznawanej po sposobie wymowy i określonym restrykcyjnie egzekwowanym kodzie zachowania. Postępując zgodnie z globalną netykietą randkową, wychodzi ów poza sferę swych przyzwyczajzeń, otwiera się „na obcych”, opisuje szczegóły z życia osobistego i uczuciowego, jak również czuje się zwolniony z konwencjonalnych zasad używania języka formalnego czy tradycyjnego zwyczaju nieokazywania emocji i panowania nad reakcjami³¹. Wręcz odwrotnie, internetowy kod językowy, używanie zabawnych znaków graficznych, piktogramów i akronimów, posługiwanie się tzw. śmieszkami czy buźkami (ang. *emoticons* i *smileys*) z puszczaniem oczek włącznie, to cechy „warsztatu” komunikacyjnego każdego randkowicza.

Dlatego też randkowanie w Sieci jest dla antropologa świadectwem istnienia pewnej sfery liminalnej, w której randkowicz oderwał się już od *profanum*, ale nie osiągnął jeszcze sfery *sacrum*³². Problem się sam rozwiązuje, gdy związek wirtualny przekształca się w rzeczywisty, o czym marzy większość użytkowników. Na przeszkodzie jednak stają stare przyzwyczajenia, nawyki, „bagaż” rodzinny i inne życiowe doświadczenia, wreszcie brak chęci do przystosowania się lub zmiany.

31 K. Fox, *Watching the English. The Hidden Rules of English Behaviour*. Hodder & Stroughton. London 2004.

32 A. van Gennep, *Les rites de passage: étude systématique*, E. Nourry. Paris 1909. Polski przekład pt. *Obrzędy przejścia*, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa 2006.

Co ciekawe, mimo przyzwyczajenia do życia w wieloetnicznym społeczeństwie, starsi Brytyjczycy w swej większości nie wykazywali zainteresowania rozwijaniem znajomości z Polką w wieku średnim, grzecznie odsyłając ją do polskiej strony internetowej we własnym kraju lub do strony polonijnej. Nadmienić tu trzeba, że liczna reprezentacja Polaków na Wyspach (druga co do wielkości po Hindusach) liczy ponad 1 mln osiedleńców. Składają się nań zarówno potomkowie powojennej emigracji (ponad 200 tys. osób), jak i społeczność ponad 800 tys. młodych Polaków przybyłych do W. Brytanii w ramach exodusu zarobkowego po roku 2004 (data wstąpienia Polski do Unii Europejskiej). Nie korzystają oni jednakże z randkowych stron brytyjskich i posługują się – popularnymi w diasporze polonijnej – portalami randkowymi w języku polskim³³.

W naszym badaniu starsi Brytyjczycy podkreślali też, iż nie życzą sobie kontaktu z paniami z kontynentu (europejskiego – V.K.W.), a zwłaszcza z „Portugali, Hiszpanii, Rosji, Polski i Bawarii”. Nie byli także zainteresowani kobietami z bardziej odległych miejsc, takich jak Filipiny, Afryka i Ameryka Południowa. Niektórzy pytali, czy rzeczywiście pisze do nich kobieta, czy też mężczyzna, chcący wyłudzić pieniądze na podróż do Zjednoczonego Królestwa.

Te stereotypowe opinie bazujące na pogłoskach, jak również nieznanostwo politycznych i ekonomicznych realiów tzw. Nowej Europy świadczą, iż internetowe kontakty z kobietami z krajów zwanych drugim i trzecim światem w oczach przeciętnego Brytyjczyka mają konotację negatywną i mogą być również manifestacją konserwatywnego poczucia wyższości Wyspiarzy, szeroko znanego – od wieku XIX – pod hasłem *splendid isolation*, a potwierzonego także tzw. Brexitem w 2016 r. Z drugiej zaś strony badanie nasze wykazało, że 15% subskrybentów wykazywało postawę neutralną wobec pochodzenia etnicznego, w kilku zaś wypadkach nawet wyjątkowo przychylną wobec pochodzenia polskiego, co wynikało z wcześniejszych, pozytywnie ocenianych kontaktów z naszym krajem. Niemniej dwóch respondentów – wdowców, których zmarłe żony pochodziły z Polski, nie było zainteresowanych ponowną znajomością z Polką, motywując swą decyzję różnicą mentalności.

Pytanie „Czy życie za granicą byłoby dla ciebie problemem” starsi Brytyjczycy traktowali jak wyzwanie, którego nie należy brać pod uwagę. Jedynym miejscem do relokacji jest dla większości Hiszpania, czemu sprzyja łagodny klimat i duża liczba na stałe zamieszkałych tam emerytów brytyjskich. Relokacja do Polski wymagałaby poznania języka, przetrwania mroźnej zimy

³³ Największym serwisem jest www.Polishearts.com, wykazującym 1 103 060 członków zarejestrowanych w 16 państwach. W czasie naszej sesji (czwartek, pora lunchu) zalogowanych było 750 osób (dostęp: 28.01.2016).

i przystosowania się do „dziwnych” obyczajów oraz nieznanych przepisów prawnych i niepewnej – w dłuższej perspektywie czasowej – sytuacji polityczno- ekonomicznej. Mimo tych zastrzeżeń, nasi wirtualni randkowicze wykazywali się dużą tolerancją religijną, wyrażając przekonanie, iż dwie religie mogą koegzystować pod jednym dachem bez żadnego problemu. Nadmienić przy tym należy, że większość subskrybentów deklarowała się jako ateści lub niepraktykujący protestanci.

Interesującą kwestią jest trudna do wymierzenia realna skuteczność randkowania *online* w odniesieniu do badanej przez nas próby. Z naszych informacji wynika, że dla niewielu zakończyło się ono sukcesem. Większość badanych uczciwie stwierdzała, że była aktywnym członkiem strony DD przeciętnie od 3 do 6 miesięcy, po czym znudzona, odpoczywała przez jakiś czas lub przenosiła się do innego portalu, by po około roku powrócić ponownie do DD, mimo faktu, że „ludzie byli w większości ci sami, a część niechętnie odpowiadała na e-listy” – jak stwierdził jeden z użytkowników. Brak odpowiedzi mógł wynikać nie tylko z nadmiaru bardziej interesujących ofert, ale też z faktu, powszechnie niezauważanego, że nowi użytkownicy mogą rejestrować się bezpłatnie i choć ich profile są wyświetlane, w rzeczywistości jednak powiększają rząd „martwych dusz”³⁴, pozbawionych prawa aktywnego uczestnictwa do czasu wniesienia pełnej opłaty członkowskiej.

Mimo wszelkie przeszkody, wirtualna randka często przeradza się w osobiste spotkanie, najczęściej w pubie podczas weekendu. Jeśli nie spełnia oczekiwań – nie martwi żadnej ze stron, gdyż podczas następnego weekendu można spotkać się z inną osobą; każda ze stron płaci za siebie i każdy chętnie spędzi czas poza domem. Tak jest zazwyczaj w dużych miastach. Natomiast w małych miejscowościach i wsiach wirtualne kontakty (zwłaszcza tzw. czaty) podtrzymywane są dużo dłużej, stanowiąc formę miłego spędzania czasu. Oto przykład:

Wyprowadziłem psy na spacer, potem pogawędziłem na czacie z kobietami, następnie lunch, praca w ogródku, kilka e-maili do nowych pań z DD, wieczorny spacer z psami, no i dzień wypełniony...

Dlatego też profile wielu starszych użytkowników DD oznakowane są setkami puszczanych „czek” i tzw. odwiedzin, skrupulatnie wykazywanych przez zarządzających portalem *webmasterów*. Mając poczucie nieograniczonych możliwości, cybernetyczni randkowicze nie wykazują pośpiechu i traktują wir-

³⁴ J. Silverstein, *Online Dating for Dummies*, J. Wiley, Hoboken N.J. 2004.

tualne kontakty jako formę zabawy z bezpiecznej odległości i bez wychodzenia z domu. Niektórzy subskrybenci porównywali swe uzależnienie od wirtualnego randkowania do pasji cechującej kolekcjonerów np. znaczków pocztowych. Niektórzy zaś wykazywali się aktywnością w kilku portalach:

Na stronie DD jestem od dwóch lat i zainteresowały się mną jedynie 823 panie, podczas gdy na innym portalu w ciągu niecałego roku osiągnąłem 2257 kontaktów. Możesz tam sprawdzić mój profil, jeśli klikniesz [www.\[...\].encountersdating.co.uk](http://www.encountersdating.co.uk). Tę stronę prowadzi gazeta „The Times”, a ogłasza ją się tam ludzie dobrze wykształceni...³⁵

Nadmienić tu należy, że podtrzymywaniu uzależnienia sprzyjają różne triki marketingowe właścicieli portalu DD, takie jak automatyczne odnawianie płatności na następny okres subskrypcji, utrudniony sposób likwidacji konta, przenoszenie niepłatącego do grona opisanych wcześniej „martwych dusz”, zachęcanie e-mailami w rodzaju „Tęsknimy za tobą”, „Mamy pasujące do ciebie, nowe osoby”, „Dla ciebie wyjątkowo tania oferta” i inne zniżki, promocje itp. Nic tedy dziwnego, że wirtualny biznes randkowy kwitnie, a jego użytkownicy, często samotni emeryci, mimo poczucia iż podlegają manipulacji, często wracają do DD, ponieważ świat zewnętrzny pogłębia jedynie ich samotność.

Na tę samotność wpływa również stosunek kobiet brytyjskich w średnim wieku do wirtualnych znajomości, który cechuje się wysokimi wymaganiami wobec ewentualnych partnerów. Kobiety te (wdowy lub rozwódki) są przeważnie zamożniejsze od przeciętnych mężczyzn (których majątkowe prawo rozwodowe niekiedy rujnuje), co daje im większą pewność siebie i niezależność. Z kolei Brytyjki o korzeniach europejskich nie zawsze akceptują starszych Anglików jako partnerów, postrzegając ich w sposób stereotypowy – jako „zimnokrwistych”, konserwatywnych i twardo po ziemi stąpających hipokrytów, dla których termin „romantyk” utożsamiany bywa nie z pojęciem zakochanego, lecz raczej artysty, dziwaka, ekscentrycznego Don Kichota i nieodpowiedzialnego życiowo człowieka. Oto przykład:

Ona wszystko traktuje bardzo serio i pisze do mnie: – w twoim profilu stwierdziłeś, że nie jesteś romantyczny. Więc ja jej odpisałem, że była tam również opcja „całkowicie nieromantyczny”, której nie wybrałem. Teraz fascynuje ją korespondencja z artystą, WIELCE romantycznym...

³⁵ <http://www.encounters.co.uk>, (dostęp: 14.06.2015).

Sumując powyższe, nasuwają się wnioski o specyfice izolacji społecznej starszych Brytyjczyków, wynikającej z ich dawniejszej mobilności zawodowej i częstych zmian miejsca zamieszkania (ograniczone kontakty koleżeńskie i przyjacielskie) oraz ograniczonych więzi krewniaczych i międzypokoleniowych. Te ostatnie np. w Polsce są o wiele ściślejsze, ponadto – zgodnie z polskimi zwyczajami i obowiązującym prawem – dorosłe dzieci zobligowane są do opieki nad starymi rodzicami. Z kolei izolacja towarzyska starszych Brytyjczyków wynika ze zwyczajowego indywidualizmu i konserwatyizmu oraz tradycyjnego angielskiego stylu życia. Stąd też nasi respondenci przezwyciężali swą samotność, ślęcząc przy komputerze – swoistym substytucie towarzyski życia.

Na koniec wreszcie należałoby zwrócić uwagę na fakt, iż przeprowadzone przez nas badanie odbywało się w czasie globalnego kryzysu ekonomicznego, który w Wielkiej Brytanii przybrał formę recesji, dotkliwie odczuwanej przez większość tamtejszego społeczeństwa. Reakcją na kryzys jest, między innymi, hasło odwrotu od międzynarodowych powiązań ekonomicznych w kierunku deglobalizacji. Tendencja ta powoli wymusza określone zachowania społeczne, choćby codzienne oszczędzanie, spadek wartości nieruchomości oraz trudność ich sprzedaży, lęk o spokojną starość itp. Dlatego też kryzys może wpływać na zmniejszenie zainteresowania podróżami, relokacją, a więc także międzynarodowym randkowaniem *online*.

W świetle powyższego powrócić trzeba do postawionego na początku tego rozdziału problemu metodologicznego, a mianowicie tzw. partycypacyjnego badania w działaniu³⁶, zmodyfikowanego w odniesieniu do wybranej społeczności randkowiczów *online*. W naszym wypadku przeprowadziliśmy je z perspektywy użytkowników popularnego na Wyspach portalu internetowego, a więc nasze zachowania, tak jak innych użytkowników, miały charakter indywidualnych, choć typowych działań, z których wyciągnęliśmy wnioski i przedstawiliśmy je w opracowaniu.

Pozostaje otwarte do dyskusji pytanie, czy użytkownicy portali randkowych wykorzystują dla swego dobra wszystkie możliwości, jakie daje randkowanie w Sieci, by pokonać swą samotność i znaleźć odpowiedniego partnera. Zważyć tu należy, że portale randkowe oferują pomoc w kreowaniu atrakcyjnego profilu i publikują liczne porady psychologiczne, dostarczając użytkownikowi swoistej edukacji, która wraz z dostępnymi – na rynku internetowym i księgarskim – poradnikami służyć ma owemu celowi. Jak jest w rzeczywistości? Nie wiemy również jaka jest realna statystyka historii o „szczęśliwym zakończeniu”

³⁶ M. Kwiecińska-Zdrenka, *Badacz w działaniu – opisywać, zrozumieć czy zmieniać zastaną rzeczywistość?*, „Socjologia Wychowania” 2000, t. XIV, s. 63–70.

tak chętnie publikowanych przez randkowe strony internetowe. Czy mają one jedynie wymiar komercyjny? Powyżej postawione pytania, a także wiele innych wymagają dalszych badań, które mogłyby być wykorzystane do udoskonalenia randkowych stron internetowych i poprawy świadomości ich użytkowników.

Post scriptum. Globalna wioska singli

Globalne portale randkowe, których celem jest łączenie samotnych serc ponad kontynentami i kulturami nie wszędzie spotykają się z oficjalną akceptacją. Ekstremalnym przypadkiem jest Chińska Republika Ludowa, gdzie transnarodowe związki są nielegalne.

Z kolei na Filipinach przepisy państwowe zabraniają rejestracji agencji zajmujących się pośrednictwem matrymonialnym między Filipinkami i obco-krajowcami, co zresztą jest permanentnie omijane dzięki działalności wirtualnych agencji „żona z katalogu” lokowanych za granicą. „Żony na zamówienie” lub „żony z katalogu” to najczęściej mieszkanki biednych i przeludnionych regionów azjatyckich, ale także obywatelki dawnego ZSRR, które marzą o poprawie swego bytu. Często jednak zamiast małżeńskiego szczęścia spotykają się z okrucieństwem i niehumanitarnym traktowaniem przez mężów, którzy „kupili” je w Sieci.

Zgoła inaczej sprawa wygląda w Singapurze, gdzie rząd stworzył sieć agencji matrymonialno-towarzyskich (Social Development Network), cieszących się dobrą opinią i dużą popularnością, a to przekłada się na małe zainteresowanie internetowymi serwisami randkowymi.

Jak powyższe przykłady wskazują, globalne randkowanie ma swoje ograniczenia geo-polityczne i zwyczajowe wynikające z lokalnych uwarunkowań. W większości jednak towarzyskie serwisy digitalne rządzą się swymi globalnymi zasadami, tworząc nową obyczajowość, która jest rezultatem silnego oddziaływania postmodernistycznych mediów³⁷. Z tym wszystkim społeczność randkująca digitalnie zachowuje się globalnie, ale... myśli lokalnie.

37 A. Ben-Ze'ev, *Love Online: Emotions on the Internet*, Cambridge University Press 2004 (przekład polski 2005).

Rozdział VII

**Randka z awatarem, czyli o społecznym
znaczeniu tożsamości wirtualnych¹**

¹ Na podstawie referatu pt. *Matchmaking Through Avatars* wygłoszonego przez V. Krawczyk-Wasilewską i A. Rossa podczas panelu 10 Kongresu Société International d'Ethnologie et de Folklore (SIEF), Lisbona, 18.04.2011. Patrz: V. Krawczyk-Wasilewska, T. Meder, A. Ross (eds.), *Shaping Virtual Lives. Online Identities, Representations, and Conducts*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2012, s. 89–100; V. Krawczyk-Wasilewska, *Randka z awatarem, czyli o społecznym znaczeniu tożsamości wirtualnych*, [w:] L.W. Zacher (red.), *Wirtualizacja. Problemy, wyzwania, skutki*, Poltex, Warszawa 2013, s. 529–544.

Rozwijająca się na naszych oczach kultura digitalna powoduje adekwatne, wielorakie implikacje w różnych dziedzinach życia współczesnych społeczeństw, zarówno wysoko, jak i średnio rozwiniętych, oraz tych, które do nich aspirują².

Internet wraz z ciągle udoskonalanymi platformami społecznościowymi oraz rozwój aplikacji multimedialnych powodują, że wirtualny zasięg informacji, usług i rozrywki jest poszerzany *ad infinitum*. Ten nowy, atrakcyjny i łatwo dostępny świat powoduje, że dla współczesnego człowieka cyberprzestrzeń jest równie ważna jak świat realny. Stąd też pojęcie osobistej tożsamości ulega swoistemu rozdzieleniu, ponieważ dzięki nowoczesnej aparaturze komunikacyjno-informacyjnej człowiek wkroczył w całkowicie nowy wymiar przestrzeni z jej wirtualną rzeczywistością i możliwością istnienia w niej jako podmiot dwu- lub trójwymiarowy, zaznaczający swą zmieniającą się *online* tożsamość, zazwyczaj anonimową, czemu sprzyja zwyczaj używania pseudonimu (zwanego w żargonie internetowym *nick* lub *handle*) i dowolnie kreowanego, graficznego wizerunku własnego. Żyjąc w różnych wspólnotach (realnych i wirtualnych³) ponowoczesny człowiek akceptuje pluralizm, wyrażający się mnogością jego ról we współczesnym świecie, poszerzonym o cyberprzestrzeń. Tym samym przeżywa swoją tożsamość jako repertuar ról i przekracza dotychczas spetryfikowane, realne granice własnej fizyczności i określonego społecznie miejsca odniesienia⁴, skąd już blisko do pojęcia tzw. tożsamości Proteuszowej⁵.

Przypomnieć tu też należy, że konserwatywne rozumienie tożsamości przez wieki bazowało na przynależności plemiennej człowieka, który mógł być albo członkiem identyfikującym się z grupą, albo obcym („outsiderem”),

2 N. Postman, *Technopol – triumf techniki nad kulturą*, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa 1995; A. Kiepas, M. S. Szczepański, U. Żydek-Bednarczuk, *Internet – społeczeństwo informacyjne – kultura*, Śląskie Wydawnictwa Naukowe Wyższej Szkoły Zarządzania i Nauk Społecznych, Tychy 2006.

3 D. Barney, *Społeczeństwo sieci*, Sic!, Warszawa 2008.

4 M. Castells, *The Power of Identity. The Information Age: Economy, Society and Culture*, Vol. II, Blackwell, Oxford 1997 (przekład polski: *Siła tożsamości*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa 2009); S. Turkle, *Life on the Screen: Identity in the Age of Internet*, Simon & Schuster, New York 1995.

5 Zgodnie z mitologią grecką Proteusz był obdarzony zdolnością zmieniania swej postaci, ale zachowywał swą własną integralność. Por. R. J. Lifton, *The Protean Self. Human Resilience in the Age of Fragmentation*, Basic Books, New York 1993.

przy czym wykluczenie z grupy skazywało daną jednostkę na banicję, czyli byt bez tożsamości (*vita nuda*) i śmierć społeczną⁶. W epoce feudalnej tożsamość jednostki determinowało jej urodzenie; już to ze względu na stan posiadania, już to z powodu przynależności do innego człowieka. Czasy nowożytne sprzyjały powolnej demokratyzacji życia społecznego i indywidualizacji jednostki, a okres nowoczesny (zwłaszcza II połowa XX w.) upowszechnił proces uwalniania tożsamości jednostki z barier i ograniczeń związanych nie tylko z miejscem i środowiskiem urodzenia, ale też z więzami narzucanymi przez tradycję.

W społeczeństwie ponowoczesnym odchodzi się od myślenia typu plemiennego, w którym tożsamość jednostki odzwierciedlała tożsamość grupową, a odmienności podlegały wykluczeniu. Dlatego też atrybuty stygmatyzacji, takie jak orientacja seksualna, kolor skóry, inwalidztwo, pojęcie narodu czy wyznawana religia przekształciły się w pozytywną manifestację „ja” człowieka i jego indywidualnej tożsamości. Z tym wszystkim wiąże się też postępująca niwelacja prywatności oraz problematyka tożsamości mnogich typu Proteuszowego, których właścicielem jest *homo irretitus*, codziennie odtwarzający siebie w Internecie.

W przestrzeni świata realnego – przy wszystkich zaletach ponowoczesnego życia – dzisiejszy człowiek „usieciowiony” coraz częściej wiecie samotne życie, spędzając wiele godzin dziennie przed ekranem komputera. Dlatego też chętnie szuka podręcznej rozrywki w tzw. Sieci i nawiązuje komunikację z podobnymi sobie internautami. Wybór jest ogromny; od humorystyki i uzależniających gier komputerowych, poprzez świat blogów, filmów, muzyki i amatorskich filmików (z największym, liczącym 1,5 mld przekazów portalem YouTube), aż po tzw. komunikatory i inne serwisy zwane społecznościowymi⁷.

Dzięki sieciowym wspólnotom komunikują się ludzie o zbliżonych pasjach i preferencjach życiowych, a także zainteresowaniach niszowych, że wymienimy miłośników Star Treka czy wulgarnej „celebrytki” internetowej, zwanej panią Basią⁸, po kobiety „za kratkami”, inwalidów, wyznawców określonych religii, transwestytów, palaczy tytoniu i marihuany czy np. ludzi szczególnie pięknych lub bardzo zamożnych. Potrzebę kontaktu z podobnymi sobie ludźmi

⁶ G. Agamben, *Nudita*, Nottetempo, Roma 2005 (przekład polski 2010).

⁷ M. Castells, *The Rise of the Network Society. The Information Age: Economy, Society and Culture*, Vol.1, Blackwell, Oxford 1996 (przekład polski 2007); J. van Dijk, *The Network Society. Social Aspects of New Media*, Sage 1999; D. Miller, D. Slater, *The Internet. An Ethnographic Approach*, Berg Publishers, New York 2000; J. Kurczewski et al. (red.), *Wielka sieć. E-seje z socjologii Internetu*, Wstęp i red. naukowa J. Kurczewski, Trio, Warszawa 2006.

⁸ www.baska.tivi.pl, (dostęp: 2.08.2016).

można realizować dzięki portalom towarzyskim uwzględniającym kryterium rasy, orientacji seksualnej, religii, wykształcenia, wieku i miejsca zamieszkania. Służą temu również fora i grupy dyskusyjne o charakterze klubowym oraz serwisy społecznościowe z największym, liczącym miliard użytkowników Facebookiem⁹.

Wśród internetowych serwisów społecznościowych istotne miejsce, o czym była już mowa w poprzednim rozdziale, zajmuje sektor portali randkowych, który pojawił się w Sieci już w 1995 r., a obecnie rozrósł się do ogromnych rozmiarów, stanowiąc transnarodowy biznes internetowy z tysiącem stron łączących i kontaktujących ludzi odczuwających samotność w zglobalizowanym i zatomizowanym świecie. Spędzając część życia przy komputerze, a więc samotnie, tym chętniej korzystają z możliwości zakochania się czy znalezienia przyjaciół *online*, ufając w onnipotencję maszyny elektronicznej, a wielka różnorodność i popularność portali randkowych odzwierciedla głębokie lęki kulturowe związane ze zwiększającym się poczuciem ludzkiej samotności.

Odnutować tu też należy, że równolegle następował rozwój wielkiego sektora gier komputerowych, które oddziałują psychologicznie na indywidualnych graczy, wywołując ich uzależnienie od świata wirtualnego i zwiększając poczucie samotności w realnym świecie. Do takich gier należy Second Life, wymyślona w 2003 r. przez firmę Linden Lab, giganta finansowego, który zgromadził ponad 20 mln graczy, zwanych rezydentami¹⁰. Wielką popularnością cieszy się również konkurencyjna gra w postaci graficznego komunikatora IMVU (Instant Messaging Virtual Universe), opracowanego w 2004 r. i liczącego 90 mln stałych użytkowników (oraz 6 mln gości miesięcznie), którzy przysparzają IMVU znakomite zyski, osiągane głównie z bezpośredniej sprzedaży produktów wirtualnych¹¹. Zarówno Second Life, jak i IMVU bazują na idei trójwymiarowych awatarów, którą dalej scharakteryzujemy. Tak więc samotnicze życie staje się mniej samotne dzięki rozrywce i komunikacji digitalnej z podobnymi samotnikami, którzy uwielbiają czuć się anonimowi i wolni. Dlatego też okazjonalnie zmieniają swoje miano i tożsamość. Zmiana tożsamości jest często podkreślana odpo-

⁹ D. Miller, *Tales from Facebook*, Polity Press, Cambridge 2011; S. Turkle, *Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*, Basic Books, New York 2011. Por. też film fabularny poświęcony historii portalu Facebook pt. *The Social Network* (2010 r.) w reżyserii Davida Finchera (oparty na książce Bena Mezricha wydanej w 2010 r.).

¹⁰ A. M. Kaplan, M. Haenlein, *The Fairyland of Second Life: About Virtual Social Worlds and How to Use Them*, „Business Horizons” 2009, Vol. 52/6, s. 563–572.

¹¹ <http://techcrunch.com/2010/04/24/imvu-revenue>, (dostęp: 8.03.2012).

wiednim obrazkiem graficznym, stanowiącym zarówno prezentację uczestnika świata wirtualnego, jak i postaci wygenerowanej przez samo oprogramowanie. W świecie mediów społecznościowych i gier komputerowych taki dowolnie wybrany graficzny obraz własny nazywany jest „awatarem”.

Termin „awatar”, nawiązuje swą etymologią do tradycji hinduistycznej, w sanskrycie bowiem termin *avatāra* (dosłownie: ‘zstąpienie’) oznaczał wcielenie bóstwa, zstępującego z nieba na ziemię w postaci śmiertelnej – ludzkiej, zwierzęcej lub mieszanej. Lecz zanim kultura postmodernistyczna w swej wersji digitalnej przejęła ten termin na oznaczenie reprezentacji uczestników światów wirtualnych, po raz pierwszy pojawił się *online* już w 1986 r. w związku z wersją *beta* amerykańskiej gry komputerowej *Habitat*¹², wymyślonej w 1985 r. przez Chipa Morningstara i Randy’ego Farmera, polegającej na odgrywaniu ról. W grze tej mianem awatara oznaczono tzw. wirtualne przedstawicielstwo gracza, używającego myszki i klawiatury lub drążka sterowniczego (*joystick*) do sterowania ruchami animowanej postaci, w którą sam się wcielał i która reprezentowała go na ekranie. Od tego czasu rozpoczęła się międzynarodowa kariera tego terminu, który przejęła zarówno literatura *science-fiction*¹³, jak i gry komputerowe typu MMORPG (*massively multiplayer online role-playing games*). Obecnie awatary są naturalnym elementem świata wideoklipów, aplikacji telefonicznych, komunikatorów oraz rozlicznych serwisów społecznościowych.

Jednakże globalne upowszechnienie terminu „awatar” nastąpiło dopiero w 2009 r., a to za sprawą popularności filmu Jamesa Camerona¹⁴ i jego eponimicznego bohatera (noszącego w ludzkim wcieleniu imię Jake Sully). Od tego czasu wirtualne plemię awatarów zaczęło gwałtownie się rozrastać, reprezentując graczy gier komputerowych w postaci trójwymiarowej, zwanej 3D (*three-dimensional*), jak i w formie dwuwymiarowego obrazka¹⁵, imitującego portret fotograficzny lub satyryczny wizerunek, mający stanowić *alter ego* członka społeczności internetowej. Wkrótce awatary opanowały dyskusyjne fora internetowe.

12 C. Morningstar, R. Farmer, *Habitat*, Lucasfilm Games: 1986.

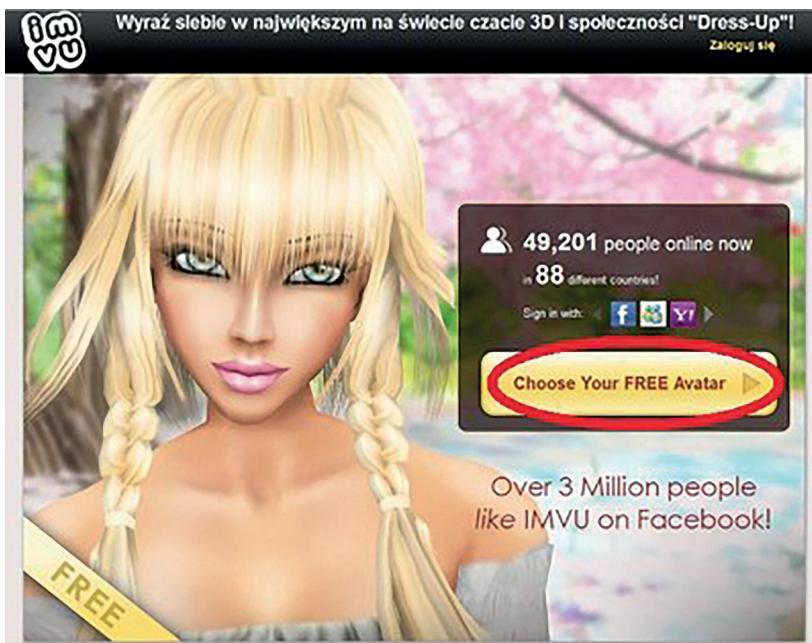
13 W. Gibson, *Count Zero*, Victor Gollancz, London 1986; N. Stephenson, *Snow Crash*, Bantam Books, New York 1992.

14 J. Cameron (reżyser), *Avatar*, Twentieth-Century Fox, 2009. Por. rec. A. Ross, *Avatars ‘r’ us*, [w:] <http://www.andyross.net>, (dostęp: 14.08.2016).

15 Awatary dwuwymiarowe przybierają formę grafiki rastrowej (bitmapowej), zminimalizowanej za pomocą programu komputerowego Avatar Sizer i służą łatwemu rozpoznawaniu ich użytkowników na różnych forach, o ile są przywiązani do jednego, ulubionego awatara. Ich symboliczne przesłanie bywa często zabawne, ale też poważne, przekorne lub wręcz tak kontrowersyjne, że czasem bywają usuwane przez administratorów.

Randka z awatarem, czyli o społecznym znaczeniu tożsamości wirtualnych towe i tzw. czaty, a następnie zadomowiły się na internetowych stronach randkowych.

Na szczególną uwagę zasługuje nowy pomysł o charakterze towarzysko-rozrywkowym, zwany z angielska *virtual avatar dating*, spopularyzowany w ostatnich latach dzięki grom typu Second Life oraz IMVU. W tych skomplikowanych technologicznie grach „życie” w świecie wirtualnym obejmuje również zachowania obyczajowe, a więc spotkania towarzyskie i randki. Randkowanie z awatarem polega na tym, iż awatary wykonują te same czynności, co ich właściciele w fizycznie realnym świecie. Tym samym randkowanie *online* wkroczyło na nowy etap rozwojowy – randkowanie wirtualne¹⁶.



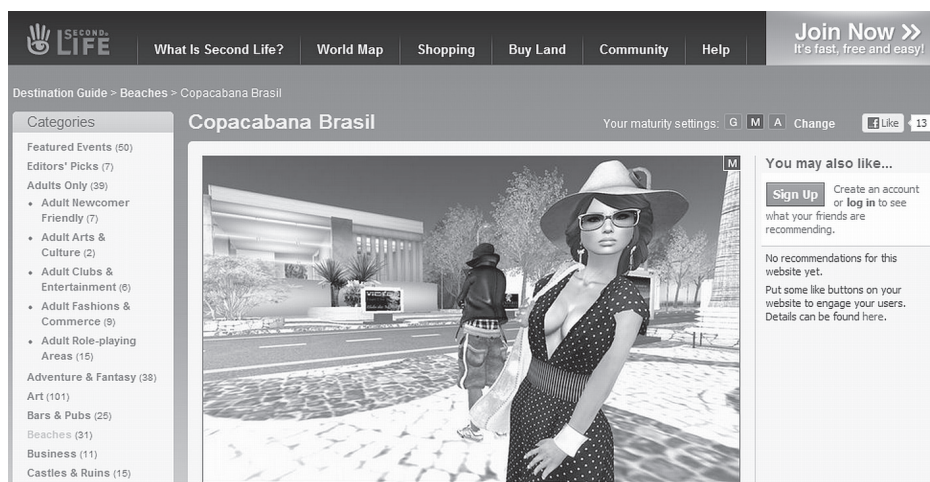
Rycina 23. IMVU (<http://pl.imvu.com/>)

Etap ten łączy typowe elementy, charakterystyczne dla „tradycyjnych” już randek *online* z elementami świata fantazji gier komputerowych. W przestrzeni wirtualnej animowane postaci awatarów 3D wchodzą w interakcje z innymi awatarami, co przypomina jako żywo sytuacje z randek *offline*. Animowane lalki, których wizerunki odzwierciedlają realistyczne oblicza, czynią wszystko,

¹⁶ J. Frost et al., *People Are Experience Goods: Improving Online Dating with Virtual Dates*, „Journal of Interactive Marketing” 2008, Vol. 22, No. 1, s. 51–61.

co należy do zwyczaju tworzenia szczęśliwego związku. Reagują na ruchy, gesty i mowę oraz fochy i zachcianki potencjalnego partnera, a kiedy randkę uważają za udaną, całują się na pożegnanie.

Wirtualni randkowicze słuchają muzyki, prowokują konwersację, używają odpowiednich rekwizytów i spotykają się w wymarzonych dla randek miejscach. Na przykład w Second Life mogą spotykać się w romantycznej kawiarni Nowego Jorku, Paryża lub Krakowa, albo na tarasie hotelu w tropikalnym kurorcie. Tamże rozmawiają w formie czatu i flirtują do woli. Pięknie ubrani piją kolorowe koktajle i jedzą frykasy w wirtualnej restauracji, podczas gdy w rzeczywistości siedzą samotnie przed ekranem swojego komputera, ubrani w dres lub szlafrok i grzeją stopy w domowych pantoflach.



Rycina 24. Egzotyczne lokalizacje: plaża w Second Life (<http://www.secondlife.com>)

Awatary prowadzą zrytualizowane gierki i zwyczajem usankcjonowane formy zalotów – wszystko to w optymalnej atmosferze i pięknej scenerii czystych miast, gdzie nie spotyka się pijaków i żebraków, ponieważ zamieszkują je schludni obywatele w otoczeniu zawsze soczyście świeżej zieleni, czysto błękitnego nieba, dróg szerokich i samochodów najnowszej generacji.

Kobiece awatary są nienaturalnie piękne i przyjazne mężczyznom, ci zaś – zawsze przystojni, ogoleni i eleganccy – podobają się swoim wybrankom. Nic tedy dziwnego, że udane randkowanie często kończy się pełnym napiętości seksualnym zbliżeniem, na jaki wodze fantazji awatarom pozwalają. Realizacji ekstremalnych fantazji sprzyjają liczne akcesoria erotyczne. W wypadku gdy awatar jest już znudzony i potrzebuje nowych doznań, wybiera się do wirtualne-

go sklepu, gdzie może dokupić sobie np. nowe bicepsy, ale też elegancki garnitur, suknię czy atrakcyjną bieliznę, a także akcesoria i materiały pornograficzne.

Jeśli żeński awatar ma apetyt na szampan i kawior oraz uwielbia dostawać kosze kwiatów – wszystkie tego rodzaju zachcianki mogą być realizowane dzięki sztucznym pieniądзом, zwanym *lindenymi*, te zaś otrzymuje się w wirtualnym kantorze wymiany realnych pieniędzy (po przystępnym kursie!), znajdujących się na prawdziwej karcie kredytowej gracza. Tak więc romantyczne wyprawy do światowych kurortów, leniwe i wytworne życie oraz niekończąca się lista luksusowych artykułów uzależniają obie płcie od wirtualnego raj. Ten zaś, kontrolowany przez właścicieli i stowarzyszone firmy handlowe, „uzależnia” się wyłącznie od pieniędzy graczy.

W stosunku do „tradycyjnego” randkowania *online*, w którym partnerzy dobierają się na podstawie kryteriów takich jak wiek, wykształcenie, dochody i lokalizacja geograficzna, randkowanie z awatarem ma tę przewagę, iż z łatwością umożliwia poznanie takich cech partnera, jak: podobne upodobania, poczucie humoru, emocjonalność, pomysłowość i umiejętność wspólnej zabawy¹⁷. Co więcej, większość gier towarzyskich typu 3D oferuje specjalne, droższe członkostwo, pozwalające awatarom radować się uprawianiem wszelkiego rodzaju aktów seksualnych. Tego rodzaju wolność nie jest akceptowana ani na Facebooku, ani w obrębie innych serwisów społecznościowych, które przeciwstawiają się pornografii i realizują politykę prywatności, kierując się ogólnie przyjętymi zasadami przyzwoitości.

Przyjaźnie awatarów, a nawet satysfakcjonujące obie strony relacje łączą ludzi z najodleglejszych zakątków świata, mimo, że nie znają oni swych prawdziwych imion i twarzy oraz nie mają nadziei na spotkanie w rzeczywistości pozawirtualnej. Niemniej wolność, dowolność i anonimowość zależy od samych członków społeczności randkowiczów. Oni sami bowiem decydują, czy do końca będą awatarami, czy też wolą mniej egzotyczne przyjemności w postaci realistycznego randkowania *online*, gdzie mogą wymieniać się prawdziwymi danymi osobowymi i fotografiami, a nawet proponować spotkanie *offline*, czyli w świecie realnym.

W ostatnich latach te rozwinięte technicznie gry randkowe stawały się coraz bardziej popularne i następnym etapem było połączenie fantazji z rzeczywistością, a więc możliwość spotkania się dwu awatarów w przestrzeni realnej. Psychologiczne aspekty interaktywnej sztuki randkowania w obrębie gier komputerowych typu Second Life nie pozostały bez wpływu na istniejące w Sieci

¹⁷ Por. angielski tekst piosenki *Do You Wanna Date My Avatar?* z popularnego web-serialu *The Guild* (słowa i wokół F. Day, muzyka J. Whedon, 2009).

serwisy towarzysko-randkowe i matrymonialne. W 2008 r. pionierskie wysiłki Kanadyjczyków Dave'a Wilkiego i Stefana Embletona skutkowały stworzeniem serwisu Weopia, który – jako pierwszy – zaferował swoim użytkownikom próbne randkowanie z zastosowaniem interaktywnych awatarów. Tę innowacyjną formę przejęły wkrótce inne internetowe firmy randkowe, na przykład OmniDate, AvMatch, RED Virtual Date, które na swych stronach głównych podkreślają zalety nowej technologii w kojarzeniu przyszłych partnerów życiowych. Reklamy głoszą, iż randkowanie wirtualne jest ultra bezpieczne, oszczędzające czas, tańsze i mniej ryzykowne, gdy chodzi o pierwsze prawdziwe spotkanie w tzw. realu.

Rycina 25. OmniDate: swatka dla awatarów
(<http://www.omnidate.com>)

Tego typu spotkanie twarzą w twarz często kończy się rozczarowaniem uprzednio zauroczonych sobą awatarów. Na ekranie bowiem awatar kobiety prezentował upragniony kanon urody – duże oczy, pełne usta, bezmarszczkową twarz, długie włosy, idealnie zgrabną sylwetkę odzianą w najmodniejsze stroje, natomiast awatar mężczyzny kojarzył się ze znanymi ze swej urody celebrytami. Randkując w nierealnym świecie, wkładali – znane z dziecięcego folkloru – „siedmiomilowe buty” i wędrowali wymarzonymi limuzynami wśród bajkowych krajobrazów i złotych plaż. Zażywając kąpeli w turkusowych morzach i jadając w restauracjach serwujących dania we wszystkich kolorach, nie mogli jednak zaznać ich prawdziwego smaku. Tak więc wielogodzinne przebywanie w świecie tzw. *pixel-art* to właściwie obcowanie z kiczem, oferującym randkującym awatarom bajkowe klisze pop kultury, w których niewybredny gust plasti-

kowych produktów przypomina styl zabawek w rodzaju Barbie i Kena. Być może jednak ów lalkowy świat *online* odzwierciedla współczesne produkty zglobalizowanego świata *offline*, w którym stylistyka towarów produkowanych w Chinach zdominowała lokalne kanony estetyczne i indywidualny gust nabywców.

W świecie realnym spotkania byłych awatarów rozczarowują również ze względu na konieczność prowadzenia interesującej konwersacji. W wirtualnym rajku gracz klikał na odpowiednie pytanie czy odpowiedź w gotowym zestawie, dodatkowo wspierając się ikonkami emotikonów lub wymownymi obrazkami oznaczającymi określony gust i preferencje. Tego rodzaju digitalną konwersację w każdej chwili można przerwać i zwrócić się do innego awatara. Podkreślić tu należy, że w przeciwieństwie do sytuacji z życia prawdziwego, w świecie wirtualnej uludy uczucie odrzucenia jest całkowicie bezbolesne, ponieważ pocieszenie w ramionach innego awatara jest możliwe w każdym momencie gry.

Z kolei entuzjaści tej technologii podnoszą, że oprogramowanie *virtual dating*, dzięki wzajemnej eksploracji świata fantazji, zabawy i gier, pozwala użytkownikom na bezpieczniejsze i głębsze – niż dotychczas – zrozumienie wybranego kandydata, a także lepsze poznanie jego zalet i wad charakterologicznych oraz upodobań życiowych. Uważają też, że jest to dobra droga do uniknięcia niepotrzebnego rozczarowania podczas pierwszej randki danej pary. Podkreślają także, że w przeciwieństwie do tradycyjnych już portali towarzysko-matrymonialnych, randkowanie wirtualne z pomocą awatara jest bezpieczniejsze i bardziej przyjazne dla kobiet, które już nie muszą na forum publicznym prezentować swych autentycznych fotografii i danych osobowych.



AvMatch.com Matching people and their avatars, in Second Life® and beyond!

Home Browse Profiles My Mail My Profile My Account About Support News & Views

11:56:45 AM, March 14th, 2012

AvMatch is #1 for singles, dating and socializing!

Welcome to AvMatch.com, the FIRST & BEST site of its kind for SL™ users! We already have over 17,000 members from 50+ countries, and we're growing everyday!

This is more than just a website! We provide a state-of-the-art profile matching system, including our advanced search tool, that allows you to quickly and easily find people that match up with you and what you're seeking! And we now have Live Private Chat and Private Message Images to make connecting faster, easier & more fun! So whether you're looking for new friends, seeking a date or longing for romance, AvMatch is the effective and exciting way to go for it!

So don't be shy! Take a moment and sign up today! It's quick, easy, fun and free to use! You'll be glad you did! - The AvMatch.com Team

1. Sign up today!
2. Verify your avatar.
3. Create your profile.
4. Start meeting new and interesting people!

Welcome Guest!

Login
Sign up

Quick Browse

I'm a: (avatar)
Female
Seeking a: (avatar)
Male
In Country:
-any country-
> browse

Private Message Images!

You can now send private images to other members by attaching them to your private messages. See the attach image button below the form

Rycina 26. Witryna strony Avmatch: kojarzenie ludzi i ich awatarów (<http://www.avmatch.com/>)

Randki wirtualne nowego typu upodobali sobie głównie ludzie młodzi, nastolatki, chociaż obserwuje się tendencję wzrostową wśród ofert 20-, 30-latków. Dla młodzieży bowiem tożsamość wirtualna, jej zmiana i wymiana w razie potrzeby, a także posiadanie tożsamości mnogich są codziennością świata digitalnego. Ponadto bardzo młodzi ludzie w swym realnym życiu znajdują się również na etapie poszukiwania własnej tożsamości, zdobywania doświadczenia towarzyskiego i eksperymentowania życiowego, często ryzykownego.

Natomiast osoby starsze należą do rzadkości wśród społeczności *virtual dating*. Starsi wiekiem randkowicze, z natury bardziej konserwatywni, stanowią nadal trzon użytkowników serwisów opartych na regule profilu bio-informacyjnego i prawdziwej, aktualnej fotografii. Nie bawi ich też romantyczny świat fantazji i zabawy awatarami w sytuacji, gdy szukają konkretnego kandydata do realizacji swych potrzeb emocjonalnych, biologicznych i społecznych, najchętniej zaś przyszłego towarzysza życia, o określonej wiekiem i statusem materialnym pozycji, mieszkającego w najbliższej okolicy¹⁸.

Interesującym aspektem omawianej problematyki jest – wspomniana wcześniej – wizualna tożsamość wirtualna wyrażana graficznie poprzez wizerunek wybranego awatara. Formy tego wizerunku często symbolizują prawdziwe oblicze i osobowość użytkownika, ukrytego za maską swego awatara, lub też przedstawiają go w sposób satyryczny i autoironiczny, najczęściej zaś stanowią pożądane przez użytkownika wyobrażenie siebie jako osoby atrakcyjnej dla płci przeciwnej, a więc silniejszej niż w rzeczywistości, a także szczuplejszej, bardziej sexy itp. Stąd też często są projekcją wizerunków inspirowanych wzorcami idoli pop kultury. Na wybór danego awatara mają wpływ nie tylko osobiste preferencje użytkowników, ale też ich myślenie życzeniowe i ambicja, by byli podziwiani nie tylko fizycznie, ale również społecznie i mentalnie, dlatego też chcieliby pokazać się jako osoby inteligentne, dowcipne, doświadczone i szczęśliwe.

Pragnienie bycia atrakcyjnym jest zgodne z popularną zasadą, iż najważniejsze jest pierwsze wrażenie. Podkreślmy też, że chęć zrobienia wrażenia na przyszłym kandydacie jest impulsem nadającym sens przygotowaniom poprzedzającym każdą pierwszą randkę, tak w wirtualnym, jak i realnym świecie. W wypadku tradycyjnych portali randkowych, ich uczestnicy często posiłkują się programem Photo-shop do poprawiania zdjęć wysyłanych wraz z profilem do serwisu. Stąd już blisko do znanych mistyfikacji, jak np. ukrywanie prawdziwego wieku, stanu cywilnego, ułomności fizycznych czy niższego statusu

¹⁸ W tym miejscu dziękuję p. Davidowi Shirleyowi za ciekawe informacje i przekazany mi manuskrypt jego nieopublikowanego eseju pt. *Some observations on Internet Dating Services*, 2011.

społecznego i ekonomicznego. Jednakże tego typu manipulacje nie znajdują poparcia w społeczności randkowiczów internetowych serio ukierunkowanych na realną kontynuację znajomości.

Zgoła inaczej rzecz się ma w środowisku awatarów 3D, gdzie liczy się pomysł, fantazja i zabawa. Dlaczego nie zabawić się w bycie jednodniową Angeliną Jolie uprawiającą szaloną miłość z awatarem podobnym do Brada Pitta? Awatary są lalkami odgrywającymi rolę w grze, która im bardziej pełna fantazji i humoru, tym lepsza. Właściciele awatarów zdają sobie sprawę, że ich mnogie tożsamości są swobodną kreacją, której jedynym ograniczeniem są ramy estetyczne, wprowadzone przez odpowiedzialnego za stronę grafika komputerowego. W tym sensie randkowanie wirtualne odrywa się od korzeni, a więc doboru naturalnego i przechodzi do sfery ludycznej, przypominając sport i rozrywkę.

Wolność w kreowaniu awatara równa się często dowolności w tworzeniu idealnego lub podręcznego wcielenia, wolnego od tabu kulturowego i opresywnych norm oraz obyczajów naturalnego środowiska, w którym żyje właściciel tymczasowej tożsamości wirtualnej. Taka sytuacja sprzyja nie tylko idealizowaniu potencjalnego partnera poznanego w cyberprzestrzeni, ale też sprzyja narcyzmowi i idealizowaniu własnego „ja”. Dlatego też zabawa w fantastyczny świat ułudy przeradza się czasem w uzależniające, przykre doświadczenie, które może skutkować depresją, abnegacją i obojętnością, co dotyka boleśnie nie tylko osobę zainteresowaną, ale również jej bliskich, a więc rodziców, partnerów i małżonków oraz przyjaciół. Najbardziej uzależnieni potrzebują pomocy psychologa, specjalizującego się w terapii uzależnień.

Z drugiej zaś strony najnowsze badania wskazują, iż współczesna psychiatria wykorzystuje awatary jako sterowalne reprezentacje pacjenta do kognitywnego leczenia fobii i zaburzeń lękowych¹⁹. Nie można bowiem nie zauważyć, że nowe zjawisko technologiczne, do którego zaliczyć należy instytucję awatara, stało się integralną częścią powszechnej komunikacji digitalnej, a to dzięki kilku głównym cechom: anonimowości, bezpieczeństwu, wygodzie i łatwemu dostępowi²⁰. Oczywiście te pozytywne elementy nie wykluczają możliwości pojawienia się zjawisk takich jak niewierność randkowiczów *online*, zdrada realnego partnera z wirtualnym awatarem czy napastowanie i nękanie ofiary niechcianą komunikacją (*stalking*), a także szantażowanie. Zjawiska te jednak istniały również w erze przed-digitalnej.

¹⁹ A. Gaggioli et al., *Avatars in clinical psychology: a framework for the clinical use of virtual humans*, „Cyberpsychology and Behavior” 2003, Vol. 6, No 2.

²⁰ M. Whitty, A. N. Carr, *Romance Psychology of Online Relationships*, Palgrave Macmillan, New York 2006.

Problematyka tożsamości wirtualnych zajmuje socjologów i psychologów już od połowy lat dziewięćdziesiątych XX w.²¹ Wszyscy oni wychodzą z założenia, że w erze kultury digitalnej tożsamość użytkowników komputerów zmienia się pod wpływem czynników wirtualnych. Możliwość identyfikacji z takim czy innym awatarem daje efekt cyborga. Kreując transcendentne „ja”, użytkownik wznosi się ponad swój biologiczny poziom i akceptuje związek, często emocjonalny, człowieka z maszyną²². Ponieważ ludzie przekraczają ich własną biologię na rzecz animowania wirtualnych „siebie”, przeto z łatwością kreują swoje mnogie tożsamości, chętnie odrzucając nudny i trudny świat codziennego, realnego życia.

Inny jakościowo świat wirtualny stanowi często protezę psychologiczną dla ludzi nieprzystosowanych, z kompleksami, odrzuconych, nieśmiałych, leniwych, ale też reprezentujących niszowe lub radykalne poglądy. Korzyści takie jak unikanie ośmieszenia, zdarzającego się w toku konwersacji „twarzą w twarz” czy unikanie penalizacji i dyskryminacji w związku z manifestowaniem nieakceptowanych społecznie i prawnie ekstremalnych zachowań, poglądów oraz opinii i szeroko rozumiana wolność wraz z permissywnizmem, są nie do przecenienia. Ponieważ grupy społecznie marginalizowane, wykluczone czy izolowane mają możliwość kontaktu z sobie podobnymi, świat wirtualny sprzyja poczuciu wspólnoty i akceptacji. Tożsamości wirtualne kojarzą się jednak nie tylko z pozytywnymi aspektami. Głównym mankamentem jest możliwość uzależnienia ludzi od życia wirtualnego, utrata kontaktu z rzeczywistością i pogłębiająca się samotność cyborga²³.

Psychospołeczne konsekwencje codziennego obcowania z wszechogarniającym życiem *online* nie pozostaje bez wpływu na wirtualne randkowanie, w którym ludzkie uczucia, pasje i biologia podporządkowane są wyrefinowanej technologii i wierze, że tożsamość wirtualna ułatwi spełnienie w sferze romantycznych i seksualnych uniesień. Wszyscy niedoświadczeni, wykluczeni, nieśmiali, rozczarowani i niepewni swojej atrakcyjności znajdują pocieszenie w czatach i flirtowaniu *online* lub doświadczą radości tzw. cyberseksu. Tym samym często nie podejmują nawet prób nawiązania znajomości i kontynuowania

21 T. Flew, *New Media: An Introduction*, Oxford University Press, Melbourne 2008; G. Riva, C. Galimberti (eds.), *Towards Cyber Psychology: Mind, Cognition and Society in the Internet Age*, IOS Press, Amsterdam 2003; S. Turkle, *Life on the Screen: Identity in the Age of Internet*, Simon & Schuster, New York 1995; eadem, *The Second Self: Computer and the Human Spirit*, MIT Press, Cambridge MA 2005.

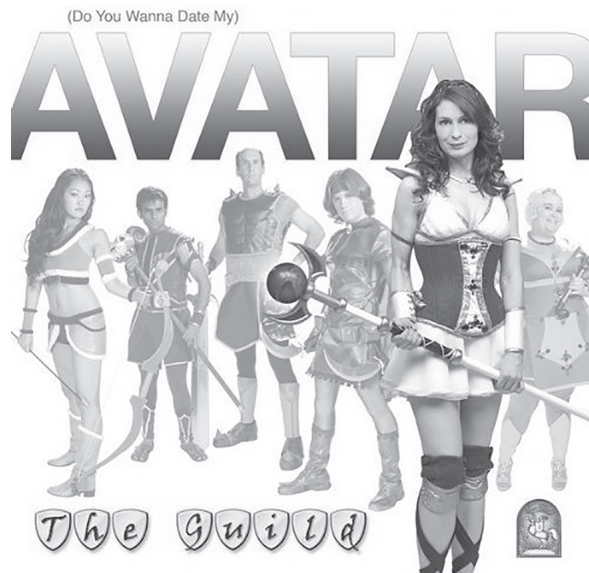
22 A. Ross, *Avatars*, [w:] idem, *G.O.D. is Great. How To Build A Global Organism*, [edycja pilotażowa] Amazon 2010, s. 12–29.

23 N. Carr, *The Shallows: What the Internet Is Doing To Our Brains*, W. W. Norton & Co., 2010 (przekład polski 2012).

Randka z awatarem, czyli o społecznym znaczeniu tożsamości wirtualnych

związku w fizycznym, otaczającym ich świecie. Randkowanie awatarów wyróżnia jeszcze jeden element psychologiczny, a mianowicie możliwość wyrażania i realizowania ukrywanych w realnym życiu fantazji związanych z najdziwniejszymi skłonnościami, w tym seksualnymi, oraz przekraczanie społecznych barier, które hamują samorealizację człowieka z powodu jego traumatycznych doświadczeń, inwalidztwa, fizycznej nieatrakcyjności, biedy, izolacji itp. Tak więc o ile randkowanie z awatarem jest dla jednych użytkowników chwilową zabawą, dla drugich może być życiowym kołem ratunkowym.

Rozważając problematykę randek *online* należy zwrócić uwagę, że skala powodzenia zjawiska randkowania internetowego jest zadziwiająca, niezależnie od tego czy kandydat do miłości jest ukryty pod maską swego awatara, czy też przedstawia swój rzeczywisty wizerunek, oraz niezależnie od tego, czy użytkowanie takiego serwisu jest odpłatne czy darmowe. Prawdopodobnie popularność ta wynika z paradoksalnej natury człowieka, który w życiu realnym musi podtrzymywać miłość swą stałą, fizyczną obecnością w otoczeniu obiektu swoich uczuć, podczas gdy w cyberprzestrzeni element kontaktu fizycznego schodzi na plan dalszy, a zaangażowanie psychiczne – mimo ewidentnego oddalenia – jest o wiele bardziej intensywne²⁴.



Rycina 27. AvMatch: reklama piosenki i randek z awatarem w Second Life (<https://join.secondlife.com/>)

²⁴ A. Ben-Ze'ev, *op. cit.*

Nie znamy przyszłości omawianego zjawiska, ale wydaje się, że wraz z rozwojem technologii i udoskonalaniem wizerunku awatara w bardziej realistycznym kierunku (np. *persona-bot*, *cleverbot* czy tzw. asystent wirtualny) oraz w związku z coraz większym uzależnieniem ludzi od świata kultury digitalnej, maszynowe randkowanie z pomocą awatarów, ma dużą szansę powodzenia jako wstępny i próbny etap poznawania kandydatów na przyszłych małżonków i bliskich przyjaciół.

Do you wanna date my avatar (bis)
Hang with me in my MMO
So many places we can go
You'll never see my actual face
Our love, our love will be in virtual space
*I'm craving to emote with you... itd.*²⁵

(Day& Whedon 2009)

²⁵ Zob. przyp. 17.

Rozdział VIII

Globalna opowieść kulinarna w Internecie¹

¹ Tekst niniejszy jest poszerzoną i zrewidowaną wersją referatu autorki pt. *A Global Food Tale in the Age of the Internet*, wygłoszonego podczas 20 Międzynarodowej SIEF Ethnological Food Conference w Łodzi w 2014 r. Por. V. Krawczyk-Wasilewska, P. Lysagh (eds.), *Food and the Internet. Proceedings of the 20th International Ethnological Food Research Conference, Department of Folklore and Ethnology, Institute of Ethnology and Cultural Anthropology, University of Łódź, Poland, 3-6 September 2014*, Peter Lang, Frankfurt am Main 2015, s. 23–32.

Żywność ma podstawowe znaczenie w życiu człowieka. Od zarania dziejów cywilizacja ludzka była zaangażowana w zdobywanie i gromadzenie pożywienia, ponieważ – z biologicznego punktu widzenia – istoty ludzkie muszą jeść, aby pozostać przy życiu. W znanej piramidzie hierarchii potrzeb ludzkich Abrahama Maslowa odżywianie jest jedną z podstawowych potrzeb fizjologicznych (w ślad za nią idą oddychanie, woda, seks, sen, homeostaza i wydzielanie)²:



Rycina 28. Hierachia potrzeb według Maslowa
(https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Maslow%27s_Hierarchy_of_Needs)

Około 10 tys. lat temu w życiu istot ludzkich dokonało się rewolucyjne przejście od zbieractwa do produkowania żywności przez udomowienie roślin i zwierząt. Następnie zaczęto uprawiać zboża i utrzymywać stada, co stało się kolejnymi źródłami pożywienia. Przez stulecia w toku unowocześnianiu technologii, metody produkowania żywności, jej konserwacji oraz dystrybucji i konsumpcji również podlegały rozwojowi.

W ramach antropologii kulturowej, etnologii i studiów nad folklorem całosciowy system praktyk i zachowań związanych z pożywieniem wraz z wzorami konsumpcji określamy mianem „kultury kulinarnej”, który to termin nie

² A. Maslow, *A Theory of Human Motivation*, „Psychological Review” 1943, Vol. 50 (4), s. 370–396.

w pełni odzwierciedla desygnaty pojęciowe angielskiego terminu *foodways*³. Wszystkie odmiany *foodways*, np. procesy takie jak produkowanie żywności, przygotowywanie jedzenia oraz sposoby spożywania należą do niematerialnego dziedzictwa ludzkości, podczas gdy żywność jako produkt jest rozumiana w kategorii tworu materialnego. Pomędzy tymi dwiema sferami istnieje przestrzeń sensoryczna – jadalność:

Jadalne artefakty posiadają swój smak i zapach, a cechą ich jest nietrwałość [...]. Koncentrując się na sensorycznych cechach kultury przedmiotów jadalnych, możemy lepiej zrozumieć złożoność zjawiska prezentowania pożywienia w muzeach i objaśnień związanych z żywnością⁴.

Z kulturowego punktu widzenia pożywienie należy do pojęć uniwersalnych⁵, mimo iż wiele kultur posiada własne partykularne preferencje żywieniowe, jak również własne tabu żywieniowe⁶.

Przypomnijmy tu francuskiego strukturalistę Lévi-Straussa i jego trójkąt kulinarny (*surowy – ugotowany – zgniły*)⁷. Schemat ten opierał się na dwóch przeciwnych biegunach: *przyroda – kultura* oraz *przetworzony – nieprzetworzony*. W ramach tego schematu zaobserwował trzy główne rodzaje zabiegów kulinarnych: gotowanie, pieczenie i wędzenie, wokół których zorganizowane są ludzkie kultury. Jednakże dziś, w odniesieniu do wielu nowoczesnych społeczności, uniwersalny schemat Lévi-Straussa wydaje się być mocno przestarzały,

³ J. J. Honigmann, *Foodways in a Muskeg Community*, Ottawa 1961; P. Adema, *Foodways*, [w:] A. S. Smith (ed.), *The Oxford Companion to American Food and Drink*, Oxford University Press, Oxford 2007, s. 232–233.

⁴ S. Conrad Gothie, *No Food or Drink in the Museum?: The challenges of Edible Artifacts*, [w:] L. M. Long (ed.), *The Food and Folklore Reader*, Bloomsbury, London 2015, s. 366. Patrz również: A. L. Matalas et al., *The Cyprus Food and Nutrition Virtual Museum. An Attempt to Preserve and Disseminate Knowledge about Past Foodways and Controversial Issues Regarding the Revival of Traditional Food*, [w:] P. Lysaght (ed.), *The Return of Traditional Food*, Lund University, Lund 2013, s. 146–151.

⁵ C. Counihan, P. van Esterik (eds.), *Food and Culture. A Reader*, Routledge, New York 1997.

⁶ M. Harris, E. B. Ross (eds.), *Food and Evolution: Toward a Theory of Human Food Habits*, Temple University Press, Philadelphia 1987; M. Jones, *Feast. Why Humans Share Food*, Oxford University Press, Oxford 2008.

⁷ C. Lévi-Strauss, *Les mythologiques*, t. I: *Le cru et le cuit*, Plon, Paris 1964; E. Leach, *Oysters, Smoked Salmon and Stilton Cheese*, [w:] E. Leach, *Lévi-Strauss*, Fontana, London 1994, s. 30–34.

ponieważ tradycyjne gotowanie zastąpiono w wielu częściach świata przemysłowo przyrządzoną żywnością do przyrządzania w kuchenkach mikrofalowych lub przy użyciu innych urządzeń grzewczych. Niemniej jednak żywność była znaczącym czynnikiem cywilizującym społeczeństwa, a kuchnia – pierwszym studium artystycznym.

Jedzenie jako symbol etnicznej i religijnej tożsamości zawsze odgrywało rolę w rytuałach, celebracjach i okolicznościowych świętach dorocznym. Było również formą komunikacji pomiędzy pojedynczymi osobami i grupami wspólnotowymi, pomiędzy producentami i konsumentami, a także stanowiło wyznacznik stratyfikacji społecznej i władzy politycznej. Dzisiaj jedzenie nie należy już tylko do rutynowych praktyk życia codziennego, ale staje się elementem powszechnej dyskusji społecznej. Współcześnie dyskursy na temat żywności, w szczególności te, które prowadzą media społecznościowe w Internecie, wpływają na decyzje indywidualne co do codziennego menu, różnych diet i sposobów odżywiania oraz serwowania żywności. O jedzeniu pisze się i rozmawia, gotowanie staje się tematem programów telewizyjnych i blogów internetowych, a rynek księgarski zapełniają poradniki żywieniowe i książki kucharskie. Wreszcie świadomy wybór rodzaju i jakości spożywanych pokarmów oraz sposobu i miejsca konsumpcji przekłada się na tworzenie określonego stylu życia.

Powyższe sformułowania mają swoje proste potwierdzenie w postmodernistycznej kulturze, szeroko oddziałującej na globalnego odbiorcę dzięki możliwościom digitalnym. Ludzie ery postmodernistycznej używają Internetu, aby przekroczyć granice swojego lokalnego, ekologicznego i społecznego środowiska, jak również by pokonać ograniczenia wynikające z dziedzicznych społecznie lub lokalnie tradycji. Badania prowadzone w obszarze Internetu wykazują, że fenomen globalnej kultury żywieniowej jest osadzony w szerszym kontekście, dotyczy bowiem zagadnień związanych ze środowiskiem, ekonomią, etyką i zdrowym stylem życia. Podkreślamy tu działanie Internetu jako źródła nieomal nieograniczonego strumienia informacji i dyskursu na temat pozyskiwania żywności, jej produkowania, dystrybucji, sposobów i estetyki przygotowywania oraz konsumpcji.

W ciągu dwóch ostatnich dziesięcioleci na kulturę kulinarną wpływały transkulturowa wiedza o żywności i wartościach odżywczych produktów oraz ponadnarodowe wzory zachowań i i nawyków jedzeniowych, jak również globalny marketing. Nowoczesna kuchnia w znaczeniu przepisów kulinarnych znalazła się pod wpływem dwóch głównych nurtów, zwanych *fast food* i *slow food*. Ten ostatni był wyrazem poparcia dla organicznej i niemodyfikowanej genetycznie zdrowej żywności (non-GMO), jak również propagował tak zwane

lokalne i tradycyjne produkty⁸. W Unii Europejskiej stworzono producentom tradycyjnej żywności możliwość ochrony nazw produktów i ich miejsca pochodzenia za pomocą specjalnego oznakowania (PDO – *protected designation of origin*, PGI – *protected geographical indication* i TSG – *traditional speciality guaranteed*). Hasła *slow food* i moda na lokalną, tradycyjnie produkowaną żywność przyniosły dużą popularność jarmarków organizowanych w przestrzeni wielkomiejskich hipermarketów oraz imprez o charakterze festiwalowym i targowym.

Zjawiska te odbijają się szerokim echem w Internecie, który okazał się globalną ksiązką kucharską, przewodnikiem turystycznym po żywności, baedekerem gastronomicznym, reklamą produktów i producentów, siedzibą blogerów i „nawigatorów” zainteresowanych problematyką jedzenia, a także archiwum narracyjnych opowieści o słynnych szefach kuchni odgrywających rolę tzw. celebrytów. Obok autorytetów kucharskich występują eksperci – technologowie żywności, lekarze, dietetycy i uczeni różnych dyscyplin (w tym antropologii jedzenia), badający żywność jako zjawisko kulturowe, społeczne i ekonomiczne.

Internetowe narracje kulinarne, choć przynależą do młodej kultury digitalnej są kontynuacją odwiecznych opowieści o jedzeniu, które istniały we wszystkich społecznościach, grupując swoje audytoria w trzech kręgach: producentów żywności, dystrybutorów i konsumentów. Utarte sposoby myślenia na temat pożywienia znajdują odzwierciedlenie nie tylko w języku starych przysłów, zagadek i porzekadeł, ale też w wierzeniach ludowych, pieśniach obrzędowych (np. słynny *Chmiel*), opowieściach i bajkach folklorystycznych przekazywanych z pokolenia na pokolenie, a także w reminiscencjach literatury pięknej i sztuki.

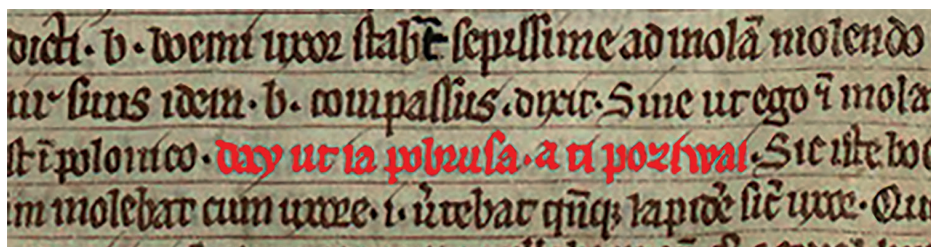
Z historycznego punktu widzenia, wiele studiów literackich, naukowych i popularnonaukowych dokonuje doboru tematyki kulinarnej przez pryzmat danej kuchni lokalnej. Przypomnijmy fakt, że pierwsze pisane raporty kulinarne powstały w klasycznej epoce antycznej⁹. Ponad trzy stulecia przed naszą erą, Archestratus z Geli, nazywany przez niektórych ojcem gastronomii, napisał zabawny poemat dydaktyczny lub raczej pierwszą ksiązkę kucharską, noszącą grecki tytuł *Hedypatheia* (*Życie w luksusie*). Kilka stuleci później, w drugim wieku naszej ery, Galen z Pergamonu opublikował przepis na zupę z jęczmienia w swo-

⁸ V. Krawczyk-Wasilewska, K. Orszulak-Dudkowska, *Farmer's Markets in Poland: Revitalisation of Traditional Food Products*, [w:] P. Lysaght (ed.), *op. cit.*, s. 113–117.

⁹ J. Wilkins, D. Harvey, M. Dobson, *Food in Antiquity*, Exeter University Press, Exeter 1995; M. Grant, *Roman Cookery: Ancient Recipes for Modern Kitchens*, Serif, London 2008.

im dziele *Potęga żywności*, dostęp do którego współcześni kucharze mają dziś dzięki odpowiednim stronom internetowym¹⁰. Nie tylko opisy, ale także krótkie prezentacje filmowe na YouTube promują kuchnię antyczną w Internecie¹¹.

Dzięki Internetowi zarówno w sztukach pięknych (np. na obrazach Pietro Lorenzettiego), ale i w dawnych przekazach literackich łatwo odnajdziemy kulinarne odniesienia dotyczące okresu średniowiecza¹². Na przykład, pierwsze zdanie napisane po polsku dotyczyło przygotowania pożywienia i brzmiało: „day ut ia pobrusa a ti poziwai” („ja zmielę [zboże] w żarnach, a ty odpoczywaj”). Zdanie to powiedział do swojej polskiej żony czeski osadnik Boguchwał, a ukazało się ono w *Księdze henrykowskiej* napisanej po łacinie w roku 1270¹³ (ryc. 29).



Rycina 29. Pierwsze zapisane po polsku zdanie
(<http://digital.fides.org.pl/dlibra/docmetadata?id=744&from=publication>)

- 10 Promocją antycznej kuchni *online* zajmują się historycy, np. Sally Granger, Mark Grant, Patrick Fass, Andrew Dolby, Maciej Kokoszko i inni. Patrz: Z. Rzeźnicka, *Ancient and Byzantine Food and the Internet*, [w:] V. Krawczyk-Wasilewska, P. Lysaght (eds.), *op. cit.*, s. 253–261.
- 11 Projekt digitalny pt. *Archeology Gastronomy: Feasting Throughout History*, zorganizowany z okazji Olimpiady w W. Brytanii (2012) jest doskonałym przykładem takiej działalności. www.youtube.com/watch?v=JcY-p4CNjzM, (dostęp: 1.6.2014).
- 12 M. Weiss Adamson (ed.), *Regional Cuisines of Medieval Europe: A Book of Essays*, Routledge, New York 2002; M. Dębińska, W. W. Weaver, *Food and Drink in Medieval Poland: Rediscovering a Cuisine of the Past*, University of Pennsylvania Press, Philadelphia 1999.
- 13 *Bogwali uxor stabat, ad molam molendo. Cui vir suus idem Bogwalus, compassus dixit: Sine, ut ego etiam molam. Hoc est in polonico: Day, ut ia pobrusa, a ti poziwai*” (s. 24). Patrz: *Liber foundationis claustris Sancte Marie Virginis in Henrichow = Księga henrykowska* (<http://digital.fides.org.pl/dlibra/docmetadata?id=744&from=publication>, dostęp: (10.6.2016)). W 2015 r. Księga henrykowska została wpisana na listę „Pamięć Świata” UNESCO.

Również w Internecie można zapoznać się z tekstem polskiego wiersza dydaktycznego o zachowaniu się przy stole napisanego przez Przeclawa Słotę na początku XV w.¹⁴

Wspomniany wyżej wiersz, jak również inne artystyczne odniesienia do tematyki kulinarnej odpowiadały renesansowym zainteresowaniom ucztami, posiłkami i w ogóle kuchnią, o czym świadczy popularne ówczesne piśmiennictwo i sztuka¹⁵. Przypomnijmy obrazy mistrzów holenderskich i włoskich – wszystkie z nich można obejrzeć w Internecie.

W okresie pomiędzy szesnastym a osiemnastym stuleciem, dzięki rozpowszechnieniu się druku wynalezionej przez Gutenberga, pojawiły się, głównie we Francji, pierwsze książki kucharskie¹⁶

Od roku 1825, kiedy to smakosz Anthelme Brillat-Savarin opublikował swoją słynną *Fizjologię smaku*¹⁷ i – równoległe z rozwojem nauk społecznych – kultura kulinarna stała się przedmiotem wielu poważnych studiów, publikowanych w dziewiętnastym i dwudziestym stuleciu.

W drugiej połowie XX w. wielu badaczy (niektórzy pod wpływem francuskiej szkoły historycznej Annales) pokazywało kontrast pomiędzy kulturą żywieniową i wartościami odżywczymi produktów a historią społeczno-ekonomiczną różnych społeczeństw. Zajmowano się również rolą pożywienia w konstruowaniu zjawiska mentalnego, które nazywano zbiorową tożsamością etniczną¹⁸.

Od tego czasu publiczna świadomość zagadnień związanych z problematyką odżywiania wzrastała dynamicznie, wywierając wpływ na rozwój sektora

¹⁴ https://pl.wikipedia.org/wiki/O_zachowaniu_si%C4%99_przy_stole, (dostęp: 11.01.2016).

¹⁵ J. Fitzpatrick (ed.), *Renaissance Food from Rabelais to Shakespeare. Culinary Readings and Culinary Histories*, Ashgate, Surrey 2010.

¹⁶ P. F. La Varenne, *The French Cook*, 1651. Reedyca: Equinox Publishing, Sheffield 2001.

¹⁷ A. Brillat-Savarin, *Physiologie du goût, ou Méditations de gastronomie transcendante; ouvrage théorique, historique et à l'ordre du jour, dédié aux Gastronomes parisiens, par un Professeur, membre de plusieurs sociétés littéraires et savantes*. Le texte est re-publié aux éditions Charpentier en 1838. Oryginalna edycja A. Sautelet: 1825, t. 2 (angielska edycja online: eBooks@Adelaide).

¹⁸ Np. J. Ferniot, J. Le Goff (red.), *La Cuisine et la table: 5000 ans de gastronomie*, Seuil, Paris 1986; H. Couffignal, *La cuisine des Pauvres*, Robert Morel, Paris 1970; A. Girard, *Le triomphe de la cuisinière bourgeoise, Livres culinaires, cuisine et société aux XVIIe et XVIIIe siècles*, „Revue d'histoire moderne et contemporaine” 1977/10, t. 24; P. Caplan, *Food, Health and Identity*, Routledge, London 1997.

gastronomicznego i tzw. katering, kształcenia kucharzy (na czele ze słynną paryską szkołą Le Cordon Bleu), zainteresowanie specjalistycznym sprzętem kuchennym (*vide* słynny sklep E. Dehillerina w Paryżu), kuchniami etnicznymi i w ogóle filozofią jedzenia¹⁹.

W ciągu ostatnich dwóch dziesięcioleci, przewodniki kulinarne stawały się coraz bardziej popularne wśród czytelników. Równoległe badania kulturowe nad żywieniem prowadzone tak na gruncie amerykańskim, jak i w Europie²⁰ wskazują, że żywienie odgrywa ważną, choć symboliczną rolę w procesie modernizacji społeczeństw²¹.

Dzięki rewolucji cyfrowej i rosnącemu tempu wymiany informacji oraz globalnej komunikacji, na współczesną kulturę kulinarną wywarła wpływ transkulturowa wiedza o żywności, globalny marketing, nowe style życia i nawyki jedzeniowe oraz nowe sposoby przygotowywania i spożywania żywności. Przekłada się to na dynamiczny wzrost technologii przetwórczych oraz sektora gastronomicznego na całym świecie. Z jednej strony więc wzrastają usługi gastronomiczne i produkcja gotowej do spożycia żywności, z drugiej zaś obserwujemy powrót do domowych smaków i rewitalizację zapomnianych produktów regionalnych w ramach mody i szacunku do dziedzictwa kulturowego. Obie te tendencje są szeroko reprezentowane na niezliczonych stronach internetowych.

Tak więc wirtualną wioskę zamieszkuje współczesny miłośnik jedzenia – *homo culinarius*²², który dzięki blogom i specjalistycznym sieciom społecznościowym wchodzi w interakcje z dwoma głównymi „plemionami” kulinarnych koneserów: kucharzy i smakoszków²³. Obydwie wspólnoty opowiadają

19 Największym wizjonerem nowoczesnej kuchni jest obecnie Nathan Myrhvold. Patrz: N. Myrhvold et al., *Modernist Cuisine*, Vol. 1–5, Taschen, Köln 2011.

20 Np. C. Couninham, P. van Esterik, (eds.), *op. cit.*; S. H. Katz, W. W. Weaver: *Encyclopedia of Food and Culture*, Vol. 1–3, Scribner, New York 2003.

21 C. Margolin, R. Sauzet (eds.), *Pratiques et discours alimentaires a la Renaissance*, G.-P. Maisonneuve et Larose, Paris 1982; A. Fenton, E. Kisbán (eds.), *Food in Change. Eating Habits from the Middle Ages to the Present Day*, John Donald Publishers, Edinburgh 1986; P. Lysaght, Ch. Burckhardt-Seebass (eds.), *Changing Tastes. Food Culture and the Processes of Industrialization*, Verlag der Schweizerischen Gessellschaft der Volkskunde und Department of Irish Folklore, UCD, Basel and Dublin 2004.

22 P. Falk, *Homo Culinarius: Towards an Historical Anthropology of Taste*, „Social Science Information –sur les sciences sociales” 1991, Vol. 30 (4), s. 757–790.

23 M. Tomaszewska-Bolałek, *Homo Gourmand and Homo Cooking: Two Main Culinary Tribes of the Internet Era*, [w:] V. Krawczyk-Wasilewska, P. Lysaght (eds.), *op. cit.*, s. 209–220.

w Sieci swoje własne historie, które stanowią interesujący przyczynek do psychologii i antropologii zmysłów²⁴.

Jak już wcześniej była o tym mowa, Internet jest największą, wielojęzyczną księżką kucharską na świecie, na którą składają się porady żywieniowe i przepisy kulinarne, wykwintne i bardzo skromne jadłospisy, menu codzienne i obrzędowe (towarzyszące obrzędom przejścia, ceremoniom religijnym i rodzinnym), a także estetyka eksponowania żywności wraz ze sztuką dekorowania i podawania posiłków, o czym świadczą filmiki YouTube.

Zwrócić również pragniemy uwagę na modę fotografowania domowego jedzenia i posiłków, którymi kucharze amatorzy chwalą się na portalu Instagram.com. Niektórzy entuzjaści robią zdjęcia nawet w trakcie gotowania czegokolwiek o apetycznym wyglądzie i natychmiast umieszczają je w Sieci, aby dzielić się z innymi swoją najnowszą kreatywną pracą. Jest to wizualna afirmacja dumy z ich umiejętności kulinarnych, co może lub nie, poszerzać informację pisaną.



Rycina 30. Pieczone prosię – atrakcja dorocznego przyjęcia na Wydz. Filozoficzno-Historycznym UŁ w 2016 r. (zdjęcie autorki)

²⁴ R. Jütte, *Geschichte der Sinne: Von der Antike bis zum Cyberspace*, Beck, München 2000; C. Korsmeyer, (ed.), *The Taste Culture Reader: Experiencing Food and Drink (Sensory Formations)*, Bloomsbury Acade, London 2005; D. Angutek, *Kanadyjska antropologia zmysłów – alternatywa wobec postmodernizmu*, „Lud”, 2010, t. 94, s. 221–242; G. M. Shepherd, *Neurogastronomy: How the Brain Creates Flavor and Why It Matters*, Columbia University Press, New York 2011; D. Howes, C. Classen, *Ways of Sensing: Understanding the Senses in Society*, Routledge, London 2013.

Fotografie kulinarne to hobbystyczna działalność amatorów sztuki kuchennej i naśladowanie profesjonalnego fotografowania żywności, w której to działalności (zwanej często „pornografią żywnościową” lub „gastro-pornografią”) specjalizują się agencje reklamowe i kolorowe magazyny²⁵.

Uważny miłośnik kulinariów zauważy, że Internet również oferuje turystykę gastronomiczną, a zwłaszcza wycieczki enologiczne do słynnych winnic, ponadto przewodniki po drinkach i winach, recenzje i rankingi restauracji oraz zajmuje się promocją regionalnych festiwali i konkursów związanych z jedzeniem i żywnością. Obraz ten nie byłby pełen bez portali i stron poświęconych tzw. zdrowej żywności, dietom odchudzającym, dietetyce leczniczej, zrównoważonej konsumpcji, samowystarczalnej produkcji, nowinkom kulinarnym i technologicznym²⁶.

Oprócz tego wszystkiego, Internet i telewizyjne programy zajmujące się jedzeniem promują medialnie szefów kuchni, którzy traktowani są przez użytkowników i widzów jako globalni celebryci pop kultury. Wystarczy tutaj wspomnieć popularność Gordona Ramsaya, Nigelli Lawson lub Jamie’ego Olivera oraz najnowsze brazylijskie odkrycie – Helenę Rizzo, uhonorowaną tytułem Najlepszej Kucharki Świata w roku 2014²⁷, a także licznych szefów kuchni popularnych na poziomie krajowym (np. Magda Gessler lub Wojciech Modest Amaro w Polsce).

Wszyscy ci celebryci podążają śladem Julii Child, amerykańskiej szefowej kuchni, autorki²⁸ i osobowości telewizyjnej z lat 60.–90. XX w., która stała się sławna także poza Ameryką jako bohaterka znanego filmu pt. *Julie i Julia* (2009)²⁹. Legendarna kuchmistrzyni Julia Child (1912–2004) zdawała sobie sprawę, że wywarła ogromny wpływ na kulinarną historię dwudziestowiecznej Ameryki, dlatego też w roku 2001 podarowała swoje domowe gospodarstwo kuchenne Narodowemu Muzeum Historii Amerykańskiej w Instytucie Smithsonian³⁰.

25 A. E. McBride, *Food Porn*, „Gastronomica. The Journal of Critical Food Studies” 2010, Vol. 10 (1), s. 34–38.

26 www.modernistcuisine.com (dostęp: 10.06.2014).

27 www.theworld50best.com/awards/best-female-chef, (dostęp: 20.06.2014).

28 J. Child, S. Beck, L. Bertholle, *Mastering the Art of French Cooking*, Random House, A. Knopf, New York 1961 (Vol. 1), 1970 (Vol. 2).

29 W filmie reżyserowanym przez Norę Ephron, Amy Adams grała Julię Powell, a Meryl Streep – Julię Child.

30 <http://amhistory.si.edu/juliachild/>, (dostęp: 11.01.2016); <http://americanhistory.si.edu/food/julia-childs-kitchen>, (dostęp: 11.01.2016).



Rycina 31. Oryginalna kuchnia Julii Child
(https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Julia_Child%27s_Kitchen_-_Smithsonian.jpg)



Rycina 32. Kolekcja miedzianych rondli Julii Child
(https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Julia_Child%27s_Kitchen_-_Smithsonian.jpg)

Kariery dzisiejszych kucharzy – celebrytów przypominają jako żywo fabularny schemat kariery Julii Child. Podobnie jak ona są ikonami pop kultury i niepospolitymi osobowościami, które odnajdują się świetnie w świecie *show-biznesu* jako filozofowie jedzenia lub raczej szamani dzielący się z globalnymi odbiorcami swą magiczną sztuką kulinarną, o której zresztą opowiadają niezwykle historie. Rzecz interesująca, że na współczesną narrację o jedzeniu składają się nie tylko przekazy medialnych celebrytów, ale równorzędnie prowadzone telewizyjne i internetowe programy kulinarne (w digitalnym formacie franczyzowym) oraz rubryki prasowe i kąciki gastronomiczne redagowane przez autorów i krytyków kulinarnych³¹. Taka sytuacja pokazuje postmodernistyczną konwergencję mediów³², a zbieżność tematyki przekazów, mimo rozbieżnych lokalizacji na mapie multimedialnej stanowi tło zjawiska nazywanego „transmedialnym opowiadaniem »historii«” (znanym także pod nazwą „narracje transmedialne” lub narracje „multiplatformowe”)³³. To powtarzalne na wielu platformach cyfrowych zjawisko jest rodzajem współczesnego folkloru kulinarnego, który fascynuje odbiorców, skądinąd niedostrzegających manipulacji ze strony producentów i sprzedawców żywności. Folklorem tym jest opowieść performatywna o jedzeniu i jego kreatorach, rozgrywająca się na wielu scenach multimedialnej rzeczywistości.

Prowadzenie gospodarstwa domowego wiąże się z przygotowywaniem posiłków, które do niedawna gospodynie domowe traktowały jako konieczność życiową, niekiedy uciążliwą. Dzisiaj gotowanie domowe (choć niekoniecznie codzienne) traktowane jest jako modne współczesne hobby dla obojga płci, stąd też edukacja kulinarna dzieci i młodzieży (prowadzona zwłaszcza w krajach *anglosaskich*) cieszy się dużym powodzeniem³⁴. Indywidualne gotowanie stanowi przeciwwagę dla jedzenia w kosztownych restauracjach, jak również pozostaje w opozycji do usług kateringowych i punktów sprzedaży typu *fast food*, obsługujących śpieszących się konsumentów. Popularne widowiska telewizyjne oraz witryny internetowe upowszechniają pogląd, że kuchnia domowa nie jest przestrzenią zarezerwowaną wyłącznie dla matek i córek, a wręcz odwrotnie

31 Por. J. Steingarten, *The Man Who Ate Everything*, Vintage, London 1996.

32 Por. H. Jenkins, *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*, New York University Press, New York 2006.

33 A. Phillips, *A Creator's Guide to Transmedia Storytelling*, McGraw-Hill, New York 2012. Por. J. Steingarten, *Transmedia Storytelling*, „MIT Technology Review”, 15.1.2003.

34 J. Mechling, *Boy Scouts and the Manly Art of Cooking*, [w:] L. M. Long (ed.), *op. cit.*, s. 146–155.

– pokazują utalentowanych ojców i synów, a także samotnie żyjących mężczyzn, którzy są mistrzami domowego gotowania. Co więcej – jak wskazują badania – „mężczyźni gotują dla przyjemności, dla przyjaciół, przy okazji spotkań rodzinnych w ścisłym gronie lub dla siebie samych”³⁵.

Kulinarna kultura partycypacyjna jest również reprezentowana przez autorów blogów³⁶. Blog to gatunek e-folkloru i elektroniczna postać samoprezentacji, która wiąże się z mniej lub bardziej regularnym pisanem relacji i komentarzy na wybrany przez autora temat. Blogi kulinarne (znane również jako gastroblogi), powiązane z praktyką gotowania i filozofią żywienia są żywotnym elementem kultury digitalnej. Blogerzy kulinarni snują swą mniej lub bardziej oryginalną narrację, gromadząc publiczność (tzw. fanów) liczoną niekiedy w tysiącach, co czyni ich atrakcyjnym celem platform marketingowych i reklamowych. Cechą charakterystyczną blogów kulinarnych jest ich *quasi* kreatywność, ponieważ blogerzy – w sposób zamierzony lub przypadkowy – wzajemnie się naśladują, powtarzając cudze motywy i wątki wielkiej opowieści o jedzeniu.

Najbardziej znaną blogerką kulinarną okazała się Amerykanka Julie Powell, która – zapatrzona w swą idolkę Julie Child – w roku 2002 zaczęła prowadzić blog, stanowiący chronologiczną relację z prób gotowania według wszystkich (liczących setki) przepisów zawartych w ogromnej książce kucharskiej Julii Child, poświęconej mistrzostwu francuskiej kuchni³⁷. Blogerka zyskała tak wielką popularność, że wkrótce wydała swój blog w postaci książkowej³⁸, ta zaś była inspiracją wspominanego wcześniej filmu fabularnego *Julie i Julia* (2009).

Zapotrzebowanie na blogging kulinarny, tworzony w obrębie rozmaitych wspólnot sieciowych, a zwłaszcza w internetowym środowisku sieci franczyzowych (np. Food Network), jest świadectwem nowego wzoru zachowania. Według niedawnego badania ankietowego przeprowadzonego na próbie 173 (z 395 zidentyfikowanych) katońskich blogerów żywnościowych, okazało się, że są oni znacząco obecni w sieciach społecznościowych (Facebook – 86%, Twitter

35 R. Dutra Campos de Almeida, *When Men Go to the Kitchen: Food and Gender in Brazilian Websites*, [w:] V. Krawczyk-Wasilewska, P. Lysaght (eds.), *op. cit.*, s. 193–200.

36 Na polecenie czytelnikowi zasługują interesujące teksty o blogach kulinarnych jako nowym gatunku e-folkloru autorstwa L. Solanilli, F. X. Mediny, A. Bati, K. Orszulak-Dudkowskiej, K. Hebdy, [w:] V. Krawczyk-Wasilewska, P. Lysaght (eds.), *op. cit.*, s. 201–208, 221–249.

37 J. Child, S. Beck, L. Bertholle, *op. cit.*

38 J. Powell, *Julie and Julia. 365 Days, 524 Recipes, 1 Tiny Apartment Kitchen*, Little, Brown & Co., New York 2005.

– 58%); w ślad za którymi idą sieci fotograficzne, takie jak Instagram (23%), Pinterest (20%) i Flickr (13%)³⁹. Blogerzy kulinarni czerpią swą wiedzę z najrozmaitszych źródeł pisanych, ale także opierają się na osobistym doświadczeniu i lokalnej oraz rodzinnej tradycji. Wśród ulubionych tematów, oczywiście poza przepisami dotyczącymi receptury i sposobu przygotowywania dań, wiele uwagi blogerów zajmuje modna dyskusja oparta na binarnej opozycji: „zdrowe – niezdrowe” w odniesieniu do potraw i ich składników. Zaznaczyć tu trzeba, że blogi lansujące tego rodzaju przekonania i wierzenia przyczyniają się do powstawania nowoczesnych przesądów żywieniowych i gastronomicznych, które cytowane są na zasadzie „szeptanej” wiedzy oraz przekazów typu *relata refero*, uwiarygodniających informację. Główną jednakże zaletą tych opowieści, zwanych w folklorystyce „narracjami personalnymi”⁴⁰ jest zwolnienie blogera z odpowiedzialności, ponieważ jest on jedynie pośrednikiem w przekazywaniu treści.

Internet stał się również domem dla filozofii żywienia i nurtów dietetycznych, reprezentowanych przez ogólnoswiatowe wspólnoty wegetariańskie i wegańskie (stanowiące kontrast dla ruchów antydietetycznych), a także przez rozrastające się alternatywne tzw. agro-sieci (*agro food networks*), łączące ze sobą gospodarstwa rolne, producentów, sklepy i konsumentów. W opozycji do tzw. żywności globalnej, produkowanej anonimowo⁴¹ według unifikujących standardów korporacyjnych, szczególne znaczenie nadaje się dziś agrosieciom i żywności produkowanej lokalnie, a to z uwagi na jej aspekt funkcjonalny, ekologiczny, estetyczny, etyczny i polityczny⁴². Tak więc najnowsze tendencje wykazują spadek zainteresowania tanią i tzw. śmieciową żywnością na rzecz alternatywnej gospodarki żywieniowej, popieranej przez kulturowo-polityczny ruch Fair Trade. Podsumowując to, co powiedziane zostało wyżej, należy stwierdzić, że nowe nurty i tendencje w sferze produkcji, dystrybucji i konsumpcji żywności są permanentnie prezentowane w digitalnych mediach. Tu zaś obok ideologii pojawia się natychmiast marketing i reklama, bez których to elementów multimedialna kultura popularna nie istnieje.

³⁹ L. Solanilla, F. X. Medina, *Gastronomy and Social Networks: Heritage and Food Blogging in Catalonia*, [w:] V. Krawczyk, P. Lysaght, *op. cit.*, s. 206.

⁴⁰ S. Stahl Dolby, *Literary Folkloristics and the Personal Narrative*, Indiana University Press, Bloomington 1989.

⁴¹ D. Goodman, M. E. Dupuis, M. K. Goodman, *Alternative Food Networks: Knowledge, Practice, and Politics*, Routledge Studies of Gastronomy, Food and Drink, Routledge, London 2011.

⁴² G. Brunori, *Local Food and Alternative Food Networks: A Communication Perspective*, „Anthropology of Food” [czasopismo online], S2, marzec 2007.

Pamiętając o tym, że żywność odgrywała czołową rolę w kulturach wszystkich społeczeństw, w erze postmodernistycznej – dzięki digitalnym multimediom – kultura kulinarna stała się ucieleśnieniem fachowości, stylu życia i gustu jej beneficjentów. Świadczy o tym rozwój rzemiosła kuchennego, które staje się sztuką w wyrafinowanej gastronomii. Do tych elementów powinno się dodać aspekt semiotyczny, ponieważ pożywienie zawsze łączyło się z systemem jego pozyskiwania i systemem znakowym („Jesteś tym, co jesz”⁴³), który świadczył także o ekonomicznej stratyfikacji społeczeństwa.

W przestrzeni Internetu współczesna kultura kulinarna jest reprezentowana przez dwa główne „plemiona” wędrowne: kucharzy i smakoszków. I jedni, i drudzy służą różnicowanemu ideowo oraz społecznie (i geograficznie) użytkownikowi, promując własną wizję świata kulinariów. Jeśli do tych dwu grup dołączymy inne „plemiona” zasilające tę społeczność opowiadaniem o jedzeniu, a więc lekarzy, dietetyków, autorów poradników żywieniowych, blogerów, celebrytów, akademików, redaktorów, operatorów portali i grafików komputerowych oraz ekspertów od komunikacji i marketingu – wówczas otrzymamy jedną z najdłuższych współczesnych narracji zbiorowych – globalną, opartą na faktach i mitach – digitalną opowieść kulinarną.

Wszystkie wspomniane wyżej zagadnienia, a także te, które zostały tu pominięte znalazły odbicie w dyskusjach prowadzonych w czasie konferencji *Food and the Internet*⁴⁴. Omówiono na niej znaczenie współczesnych technologii cyfrowych w globalnej wymianie informacji na temat problematyki kulinarnej. Podkreślono tam również, że dzięki digitalnym mediom syci ludzie mogą być poinformowani ilu ich braci i siostr na całym, tym samym świecie niedojada lub cierpi i umiera z głodu. I na koniec ostatnia, ale nie mniej ważna sprawa. Dzięki toczącemu się procesowi cyfryzacji bibliotek i archiwów, Internet staje się materiałem źródłowym i narzędziem naukowym, umożliwiającym nam studiowanie kultury kulinarnej nie tylko synchronicznie, ale również diachronicznie.

⁴³ Stare powiedzenie A. Savarina-Brillata, powtórzone przez L. A. Feuerbacha w eseju na temat spirytualizmu i materializmu z przełomu lat 1863/64. Patrz: www.phrases.org.uk/meanings/youarewhatyoueat, (dostęp 23.6.2014).

⁴⁴ Była to 20. Konferencja Międzynarodowej Komisji ds. Badań Etnologicznych nad Pożywieniem. Zgromadziła ponad 60 uczestników ze wszystkich kontynentów i odbyła się na Uniwersytecie Łódzkim w dn. 3–6.09.2014 r. Por.: V. Krawczyk-Wasilewska, P. Lysaght (eds.), *op. cit.*

Bibliografia

- Adema Pauline, *Foodways*, [w:] A. F. Smith (ed.), *The Oxford Companion to American Food and Drink*, Oxford University Press, Oxford 2007, s. 232–233.
- Agamben Giorgio, *Nudita*, Nottetempo, Roma 2005 (przekład polski 2010).
- Angutek Dorota, *Kanadyjska antropologia zmysłów – alternatywa wobec postmodernizmu*, „Lud” 2010, t. 94, s. 221–242.
- Appadurai Arjun, *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization*, Powells’ Books, University of Minnesota 1997.
- Appelbaum Richard P., Robinson William I. (eds.), *Critical Globalization Studies*, Routledge, New York 2005.
- Bajka Zbigniew, *Krótką historia reklamy na świecie i w Polsce*, „Zeszyty Prasoznawcze” 1993, nr 3–4, s. 16–47.
- Baran Stanley, Davis Dennis K., *Teorie komunikowania masowego*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2007.
- Barber Benjamin R., *Democracy and Terror in the Era of Jihad vs. Mc World*, [w:] Ken Booth, Tim Dunne Tim (eds.), *World in Collision. Terror and the Future of Global Order*, Palgrave Macmillan, New York 2002.
- Barney Darin, *Społeczeństwo sieci*, Sic!, Warszawa 2008.
- Baylis John, Smith Steve, Owen Patricia (eds.), *The Globalization of World Politics: An Introduction to International Relations*, University Press, Oxford 1997.
- Beauman Francesca, *Shapely Ankle Preferr’d: A History of the Lonely Hearts Advertisement*, Vintage, London 2012.
- Ben-Ze’ev Aaron, *Love Online*, [w:] A. Ben-Ze’ev, *Love Online: Emotions on the Internet*, Cambridge University Press, Cambridge 2004 (przekład polski 2005).
- Bell David J., Loader Brian D., Pleace Nicholas, Schuler Douglas, *Cyberculture: The Key Concepts*, Routledge, London 2004.

- Ben-Amos Dan, *Toward a Definition of Folklore in Context*, „Journal of American Folklore” 1971, Vol. 84, s. 3–15.
- Bendix Regina F., Hasan-Rokem Galit, *Introduction*, [w:] R. F. Bendix, G. Hasan-Rokem (eds.), *A Companion to Folklore*, Wiley-Blackwell, Malden MA 2012.
- Benedek András, Nyíri Kristóf (eds.), *Beyond Words. Pictures, Parables, Paradoxes*, Series Visual Learning, Vol. 5, Peter Lang, Frankfurt 2015.
- Blank Trevor J. (ed.), *Folklore and the Internet. Vernacular Expression in a Digital World*, Utah State University Press, Logan 2009.
- Blank Trevor (ed.), *Folk Culture in the Digital Age. The Emergent Dynamic of Human Interaction*, University Press of Colorado, Boulder 2012,
- Booth Ken, Dunne Tim (eds.), *World in Collision. Terror and the Future of Global Order*, Palgrave MacMillan, New York 2002.
- Bødker Laurits (ed.), *C. W. von Sydow: Selected Papers on Folklore. Published on His 70 Anniversary*, Rosenkilde & Bagger, Copenhagen 1948.
- Braudel Fernand, *Historia i trwanie*, Czytelnik, Warszawa 1971.
- Brednich Rolf W., *www.worldwidewitz.com. Humor im Cyberspace*, Herder, Freiburg 2005.
- McBride, Anne E., *Food Porn*, „Gastronomica. The Journal of Critical Food Studies” 2010, Vol. 10, No. 1.
- Brillat-Savarin A., *Physiologie du goût, ou Méditations de gastronomie transcendante ; ouvrage théorique, historique et à l'ordre du jour, dédié aux Gastronomes parisiens, par un Professeur, membre de plusieurs sociétés littéraires et savantes*. Le texte est re-publié aux éditions Charpentier en 1838. Original edition. Sautelet, A.1825, 2 t. [eBooks@Adelaide].
- Brunori Gianluca, *Local Food and Alternative Food Networks: A Communication Perspective*, „Anthropology of Food” [czasopismo internetowe], S2, March 2007.
- Burszta Wojciech, Pomieciński Adam (red.), *E-Folklor*, „Kultura Popularna” 2012, nr 3 (33).
- Cameron Fiona, Kenderdine Sarah (eds.), *Theorizing Digital Cultural Heritage: A Critical Discourse*, MIT Press, Cambridge Mass. 2007.
- Caplan Pat, *Food, Health and Identity*, Routledge, London 1997.
- Cameron James (reż.), *Avatar* [film], Twentieth-Century Fox 2009. Rec. A. Ross, *Avatars 'r' us*, <http://www.andyross.net>
- Carr Nicholas, *The Shallows: What the Internet Is Doing to Our Brains*, W. W. & Co., New York 2010 (przekład polski 2012).
- Castells Manuel, *The Internet Galaxy. Reflections on the Internet, Business, and Society*, Oxford University Press 2001 (przekład polski 2003).

- Castells Manuel, *The Rise of the Network Society. The Information Age: Economy, Society and Culture*, Vol.1, Blackwell, Oxford 1996 (przekład polski 2007).
- Castells Manuel, *The Power of Identity. The Information Age: Economy, Society and Culture*, Vol. II, Blackwell, Oxford 1997 (przekład polski 2009).
- Chang Kwang C. (ed.), *Food in Chinese Culture. Anthropological and Historical Perspectives*, Yale University Press, New York 1977.
- Child Julia, Beck Simone, Bertholle Louissette, *Mastering the Art of French Cooking*, Random House & A. Knopf, New York 1961 (Vol. 1), 1970 (Vol. 2).
- Christiansen Reidar Th., *The Migratory Legends. A Proposed List of Types with a Systematic Catalogue of the Norwegian Variants*, FF Communications, Nr 175, Helsinki 1958.
- Classen Constance, *Worlds of Sense: Exploring the Senses in History and Across Cultures*, Routledge, New York 1993.
- Cnapius Gregorius [Grzegorz Knapski], *Thesaurus Polono-Latino-Graecus seu promptuarium linguae Latinae et Graece*, t. I–II, F. Caesario, Cracovia [Kraków] 1621, t. III (*Adagia Polonica*) 1632.
- Cocks Harry G., *Classified: The Secret History of the Personal Column*, Random House, London 2009.
- Cohen Anthony P., *Self Consciousness: an Alternative Anthropology of Identity*, Routledge, London 1994.
- Coleman Gabriella, *Hacker, Hoaxer, Whistleblower, Spy: The Many Faces of Anonymous*, Verso Books, New York 2014.
- Conrad Gothie Sara, *No Food or Drink in the Museum?: The challenges of Edible Artifacts*, [w:] L. M. Long (ed.), *The Food and Folklore Reader*, Bloomsbury, London 2015.
- Couffignal Huguette A., *La cuisine des Pauvres*, Robert Morel, Paris 1970.
- Counihan Carole, Esterik Penny van (eds.), *Food and Culture. A Reader*, Routledge, New York 1997.
- Czubala Dionizjusz, *Polskie legendy miejskie. Studium i materiały*, Thesaurus Silesiae, Katowice 2014.
- Dawkins Richard, „Memes”: *Brief Candle in the Dark: My Life in Science*, Bantam Press, London 2015.
- Dégh Linda, *American Folklore and the Mass Media*, Indiana University Press, Bloomington 1994.
- Dery Mark, *Escape Velocity: Cyberculture at the End of the Century*, Grove, New York 1996.
- Dębińska Maria, Weaver William Woys, *Food and Drink in Medieval Poland: Rediscovering a Cuisine of the Past*, Translated by Magdalena Thomas, revised and adapted by William Woys Weaver, University of Pennsylvania Press, Philadelphia 1999.

- Dijk Jan van, *The Network Society, Social Aspects of New Media*, Sage 1999.
- Domosławski Artur, *Świat nie na sprzedaż. Rozmowy o globalizacji i kontestacji* [na podstawie wywiadów ogłoszonych w „Gazecie Wyborczej”], Sic! s.c. Warszawa 2002.
- Dundes Alan, *The Study of Folklore*, Prentice-Hall, Englewood Cliffs N.J 1965.
- Dundes Alan, Stibbe Claudia A., *Mixing Metaphors: A Folkloristic Interpretation of the “Netherlandish Proverbs” by Pieter Bruegel The Elder*, FF Communications, No. 230, Vol. XCVII/2, Suomalaisen Tiedakatemia, Helsinki 1981.
- Dutra Campos de Almeida, Rogeria, *When Men Go to the Kitchen: Food and Gender in Brazilian Websites*, [w:] V. Krawczyk-Wasilewska, P. Lysaght (ed.), *Food and the Internet. Proceedings of the 20th International Ethnological Food Research Conference, Department of Folklore and Ethnology, Institute of Ethnology and Cultural Anthropology, University of Łódź, Poland, 3–6 September 2014*, Peter Lang, Frankfurt am Main 2015, s. 193–200.
- Eco Umberto, *Opera aperta*, Bompiani, Milano 1962 (przekład polski 2008).
- Ephron Nora (reż.), *Julie and Julia*, 2009 [film].
- Epstein Robert, *The truth about online dating*, „Scientific American” 2007, 30.01.
- Falk Pasi, *Homo Culinarius: Towards an Historical Anthropology of Taste*, „Social Science Information – sur les sciences sociales” 1991, Vol. 30(4) s. 757–790.
- Fenton Alexander, Kisbán, Eszter (eds.), *Food in Change. Eating Habits from the Middle Ages to the Present Day*, John Donald Publishers, Edinburgh 1986.
- Ferniot Jean, Le Goff Jacques (eds.), *La cuisine et la table : 5000 ans de gastronomie*, Paris 1986.
- Feuerbach Ludwig A., *Concerning Spiritualism and Materialism*, [Essay] 1863/64.
- Fitzpatrick Joan (ed.), *Renaissance Food from Rabelais to Shakespeare. Culinary Readings and Culinary Histories*, Ashgate, Surrey 2010.
- Flew Terry, *New Media: An Introduction*, Oxford University Press, Melbourne 2008 (3 Ed.).
- Fox Kate, *Watching the English. The Hidden Rules of English Behaviour*, Hodder & Stroughton, London 2004.
- Frost Jeana H. et al., *People Are Experience Goods: Improving Online Dating with Virtual Dates*, „Journal of Interactive Marketing” 2008, Vol. 22, No. 1, s. 51–61.
- Fukuyama Francis, *History and September 11*, [w:] Ken Booth, Tim Dunne (eds.), *World in Collision. Terror and the Future of Global Order*, Palgrave McMillan, New York 2002.

- Gaggioli Andrea et al., *Avatars in clinical psychology: a framework for the clinical use of virtual humans*, „Cyberpsychology and Behavior” 2003, Vol. 6, No. 2.
- Gańczarczyk Grażyna, Grochowski Piotr (red.), *Folklor w dobie Internetu*, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, Toruń 2009.
- Gennep Arnold van, *Les rites de passage: étude systématique*, E. Nourry, Paris 1909 (przekład polski 2006).
- Georges Robert A., Owen Jones Michael, *Folkloristics. An Introduction*, Indiana University Press, Bloomington & Indianapolis 1995.
- Gere Charlie, *Digital Culture*, Reaktion, London 2002.
- Gibson Hamilton B., *Love in Later Life*, Peter Owen, London 1997.
- Gibson Michael F., *The Mill and the Cross. Peter Bruegel's Way to Calvary*, Acatos, Lausanne 2001.
- Gibson William, *Count Zero*, Victor Gollancz, London 1986.
- Giddens Anthony, *Runaway World: How Globalisation is Reshaping Our Lives*, Profile Books, London 1999.
- Gillmor C. S., *Computers in Love: Date Matching at Stanford*, „Soundstone and Tile” 2002, Vol. 26, No. 2–3 (Summer/Fall).
- Girard Alain, *Le triomphe de la cuisinière bourgeoise, Livres culinaires, cuisine et société aux XVIIe et XVIIIe siècles*, „Revue d'histoire moderne et contemporaine”, 1977/10, t. 24.
- Goban-Klas Tomasz, Sienkiewicz Piotr, *Spółeczeństwo informacyjne: szanse, zagrożenia, wyzwania*, Fundacja Postępu Telekomunikacji, Kraków 1999.
- Goodman David, Dupuis Melanie E., Goodman Michael K., *Alternative Food Networks: Knowledge, Practice, and Politics*, Routledge Studies of Gastronomy, Food and Drink, Routledge, London 2011.
- Grant Mark, *Roman Cookery: Ancient Recipes for Modern Kitchens*, Serif, London 2008.
- Gronbeck Bruce, Farrel Thomas J., Soukup Paul A. (eds.), *Media, Consciousness, and Culture: Explorations of Walter Ong's thought*, Sage, Newbury Park 1991.
- Gusiew Wiktor, *Estetyka folklore*, Ossolineum, Wrocław 1974.
- Harris Marvin, *Good to Eat: Riddles of Food and Culture*, Simon and Schuster, New York 1986.
- Harris Marvin, Ross Eric B. (eds.), *Food and Evolution: Toward a Theory of Human Food Habits*, Temple University Press, Philadelphia 1987.
- Harvey Will [założyciel], *Instant Messaging Virtual Universe (IMVU)*, 2004.
- Hoffman Bruce, *Inside terrorism*, Victor Gollancz Ltd., London 1999 (przekład polski 1999).

- Honigmann John J., *Foodways in a Muskeg community: An anthropological report on the Attawapiskat Indians*, Northern Co-ordination and Research Centre, Dept. of Northern Affairs and National Resources, Ottawa 1961.
- Houghton John (ed.), *A Collection for Improvement of Husbandry and Trade*, 1695, Vol. I.
- Hoves David, Classen Constance, *Ways of Sensing: Understanding the Senses in Society*, Routledge, London 2013.
- Howard Richard G., *Digital Jesus. The Making of a New Christian Fundamentalist Community on the Internet*, New York University Press, New York 2011.
- Huntington Samuel P., *The Clash of Civilizations and the Remaking of World Order*, Simon & Schuster, New York 1996 (i nast. poszerzone wydania).
- Jakobson Roman, *Closing Statements: Linguistics and Poetics*, [w:] Thomas A. Sebeok, (ed.), *Style in Language*, MIT Press, Cambridge Mass. 1960.
- Jan M. J., *Documentation religieuse*, Éditions Henri Deschamps, Port-au-Prince 1972.
- Järv Risto, *Estonian Folklore Archives*, „Oral Tradition” 2013, Vol. 28/2, s. 291–298.
- Jenkins Henry, *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*, New York University Press, New York 2006 (przekład polski 2006).
- Jenkins Henry, Mizuko, Ito, Boyd, Dannah, *Participatory Culture in a Networked Era: A Conversation on Youth, Learning, Commerce, and Politics*, Polity Press, Cambridge 2016.
- Jodełka Hanna, *Międzynarodowa ochrona niematerialnego dziedzictwa kulturowego*, „Stosunki Międzynarodowe – International Relations” 2005, t. 32, nr 3–4, s.169–187.
- Jones, Martin, *Feast. Why Humans Share Food*, Oxford University Press, Oxford 2008.
- Jütte Robert, *Geschichte der Sinne: Von der Antike bis zum Cyberspace*, Beck, München 2000.
- Kalay Yehuda, Kvan Thomas, Affleck Janice (eds.), *New Heritage: New Media and Cultural Heritage*, Routledge, London & New York 2007.
- Kaniewska Barbara, Wojtkowiak Światosław, *Nasi rodacy z Haiti. 200 lat czekają, aż Polacy przyjadą i pomogą*, „Gazeta Wyborcza”, 28.01.2010, Duży Format [appendix], s. 6–7.
- Kaplan Andreas M., Haenlein Michael, *The Fairyland of Second Life*, „Business Horizons” 2009, No. 52/6, s. 563–572.
- Katz Salomon H., Weaver William W. (eds.), *Encyclopedia of Food and Culture*, Vol. 3, Charles Scribner’s Sons, New York 2003.

- Kersten E. L., *The Art of Demotivation – Manager Edition: A Visionary Guide for Transforming Your Company’s Least Valuable Asset – Your Employees*, Despair Inc., Austin, Texas 2003.
- Kiepas Andrzej, Szczepański Marek, Żydek-Bednarczuk Urszula, *Internet – społeczeństwo informacyjne – kultura*, Śląskie Wydawnictwa Naukowe Wyższej Szkoły Zarządzania i Nauk Społecznych, Tychy 2006.
- Kmieciak Sandra, *Promocja Łodzi w dziesięć sekund*, „Gazeta Wyborcza” (dodatek: Łódź Wyborcza), 28 lipca 2016, s. 2.
- Korsmeyer Carolyn (ed.), *The Taste Culture Reader: Experiencing Food and Drink (Sensory Formations)*, Bloomsbury Academic, London 2005.
- Krawczyk-Wasilewska Violetta, *A Global Food Tale in the Age of Internet*, [w:] V. Krawczyk-Wasilewska, P. Lysaght (eds.), *Food and the Internet. Proceedings of the 20th International Ethnological Food Research Conference, Department of Folklore and Ethnology, Institute of Ethnology and Cultural Anthropology, University of Łódź, Poland, 3-6 September 2014*, Peter Lang, Frankfurt am Main 2015, s. 23–32.
- Krawczyk-Wasilewska Violetta, *AIDS. Studium antropologiczne*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2000.
- Krawczyk-Wasilewska Violetta, *Antropolog on-line, a badanie w działaniu. Eksperyment polsko-brytyjski*, [w:] E. Jagiełło, P. Schmidt (red.), *Homo Interneticus? Etnograficzne wędrówki w głąb Sieci*, Lublin 2010 (<http://www.wiedzaiedukacja.eu>).
- Krawczyk Violetta, *Archiwum Folklorystyczne Towarzystwa Literackiego w Helsinkach*, „Prace i Materiały Muzeum Archeologicznego i Etnograficznego w Łodzi” 1973, Seria Etnograficzna, nr 17, s. 147–153.
- Krawczyk-Wasilewska Violetta, *e-Folklore in the Age of Globalization*, „Fabula. Journal of Folktale Studies” 2006, Vol. 47, No ¾, s. 248–254.
- Krawczyk-Wasilewska Violetta, *E-folklor jako zjawisko kultury digitalnej*, „Transformacje. Pismo Interdyscyplinarne” 2008–2009, t. 58–63, s. 220–228.
- Krawczyk-Wasilewska Violetta, *Folklore in the Digital Age: Collected Essays*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2016, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2016.
- Krawczyk-Wasilewska Violetta, *Po 11. września, czyli folklor polityczny jako wyraz globalnego lęku*, „Literatura Ludowa” 2003, nr 3, s. 25–34.
- Krawczyk-Wasilewska Violetta, *Post September 11th: Oral and Visual Folklore in Poland as an Expression of the Global Fear*, „Consciousness, Literature and the Arts”, 2003, Vol. 4: 3.

- Krawczyk-Wasilewska Violetta, „Randka z awatarem”, czyli o społecznym znaczeniu tożsamości wirtualnych, [w:] L. W. Zacher (red.), *Wirtualizacja. Problemy, wyzwania, skutki*, Poltex, Warszawa 2013, s. 529–544.
- Krawczyk-Wasilewska Violetta, *The Haiti Legend Revisited Earthquake, Devil's Pact, Polone Nwa, Hoax, and Online Comments*, „FoafTale News”, 2011, No 77 (www.folklore.ee/FOAFtale/ftn.htm); *Haitański pakt z diabłem albo podanie globalne*, „Transformacje. Pismo Interdyscyplinarne” 2011, nr 3–4 (70–71), s. 352–361.
- Krawczyk-Wasilewska Violetta, *Wprowadzenie do folklorystyki*, Uniwersytet Łódzki, Łódź 1979 (wyd. mimeograficzne).
- Krawczyk-Wasilewska Violetta, *Współczesna wiedza o folklorze*, Ludowa Spółdzielnia Wydawnicza, Warszawa 1986.
- Krawczyk-Wasilewska Violetta, Beer Dennis, *Global Singlevillage and Cultural Attitudes of Older British Males to Dating-on-line*, „Ethnologia Polona” 2008–2009, t. 29–30, s.155–163.
- Krawczyk-Wasilewska Violetta, Lysaght Patricia (eds.), *Food and the Internet. Proceedings of the 20th International Ethnological Food Research Conference, Department of Folklore and Ethnology, Institute of Ethnology and Cultural Anthropology, University of Łódź, Poland, 3–6 September 2014*, Peter Lang, Frankfurt am Main 2015.
- Krawczyk-Wasilewska Violetta, Meder Theo, Ross Andy (eds.), *Online Identities, Representations, and Conducts*, Łódź University Press, Łódź 2012.
- Krawczyk-Wasilewska Violetta, Orszulak-Dudkowska Katarzyna, *Farmer's Markets in Poland: Revitalisation of Traditional Food Products*, [w:] P. Lysaght (red.), *The Return of Traditional Food*, Lund University, Lund 2013.
- Kurczewski Jacek et al. (red.), *Wielka sieć. E-seje z socjologii Internetu*, Wstęp i red. naukowa J. Kurczewski, Trio, Warszawa 2006.
- Krzyżanowski Julian et al. (red.), *Nowa księga przysłów i wyrażen przysłowiowych polskich*, t. I–IV, Państwowy Instytut Wydawniczy. Warszawa 1969–1978.
- Kulasalu Kaisa, *Estonian Folklore, Cultural History and Literature in a Digital Form. The File Repository and Archival Information System Kivike*, „Folklore” (Electronic Journal of Folklore) 2015, Vol. 60, No. 4.
- Kwiecińska-Zdrenka Monika, *Badacz w działaniu – opisywać, zrozumieć czy zmieniać zastaną rzeczywistość?* „Socjologia Wychowania” 2000, t. XIV, s. 63–70.
- La Varenne Pierre Francois, *The French Cook 1651*. New edition, Equinox Publishing, Sheffield 2001.

- Lakomy Mirosław, *Demokracja 2.0. Interakcja polityczna w nowych mediach*, Akademia Ignatianum, Wydawnictwo WAM, Kraków 2013.
- „Le Monde”, 14.02.2009.
- Leach Edmund, *Oysters, Smoked Salmon and Stilton Cheese*, [w:] E. Leach, *Lévi-Strauss*, Fontana, London 1994 (wyd. 4 poprawione przez Jamesa Laidlaw).
- Lévi-Strauss Claude, *Les mythologique*, t. I: *Le cru et le cuit*, Plon, Paris 1964.
- Levy Steven, *Hackers: Heroes of the Computer Revolution*, O'Reilly Media Inc., Sebastopol CA 2010.
- Lialina Olia, Espenschied Dragan (eds.), *Digital Folklore. To Computers Users with Love and Respect*, Designed by M. Buerger, Merz & Solitude, Stuttgart 2009.
- Lifton Robert J., *The Protean Self: Human Resilience in the Age of Fragmentation*, Basic Books, New York 1993.
- Lessig Lawrence, *Remix: Making Art and Commerce Thrive in the Hybrid Economy*, Penguin Press New York 2008.
- Long Lucy (ed.), *Food and Folklore Reader*, Bloomsbury Academic, London 2015.
- Lysaght Patricia, Burckhardt-Seebass Christine (eds.), *Changing Tastes. Food Culture and the Processes of Industrialization*, Verlag der Schweizerischen Gesellschaft für Volkskunde and The Department of Irish Folklore, Basel and Dublin 2004.
- Lysaght Patricia (ed.), *The Return of Traditional Food. Proceedings of the 19th International Ethnological Food Research Conference, Lund University, Sweden, 15–18 August, 2012*, Lund Studies in Arts and Cultural Sciences 1, Lund University, Lund 2013.
- Łepkowski Tadeusz, *Haiti. Początki państwa i narodu*, Polski Instytut Wydawniczy, Warszawa 1994.
- Malt Sue, *Love Actually! Older Adults and their Romantic Internet Relationships*, „Australian Journal of Emergence in Technologies & Society” 2007, Vol. 5, Issue 2, s. 84–102.
- Margolin Jean-Claude, Sauzet Robert (eds.), *Pratiques et discours alimentaires a la Renaissance*, G.-P. Maisonneuve et Larose, Paris 1982.
- Maslow Abraham, *A Theory of Human Motivation*, „Psychological Review” 1943, Vol. 50(4), s. 370–396.
- Matalas Antonia-Leda et al., *The Cyprus Food and Nutrition Virtual Museum. An Attempt to Preserve and Disseminate Knowledge about Past Foodways and Controversial Issues Regarding the Revival of Traditional Food*, [w:] P. Lysaght (ed.), *The Return of Traditional Food*, Lund University, Lund 2013.

- Maushart Susan, *The Winter of Our Disconnect*, Profile Books, London 2011.
- McBride Anne E., *Food Porn. Gastronomica*, „The Journal of Critical Food Studies” 2010, Vol. 10(1), s. 34–38.
- McLuhan Marshall, *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man*, University of Toronto Press 1962.
- McLuhan Marshall, *Understanding Media: The Extensions of Man*, MacGraw Hill, New York 1964 (przekład polski 2004).
- Mechling Jay, *Boy Scouts and the Manly Art of Cooking*, [w:] L. M. Long (ed.), *Food and Folklore Reader*, Bloomsbury Academic, London 2015, s. 146–155.
- Mieder Wolfgang (ed.), *The Netherlandish Proverbs: An International Symposium on the Pieter Brueg[h]uels*. „Proverbium” 2004, Supplement series, Vol.16 (University of Vermont, Burlington).
- Merton Ambrose [Thomas, William], *Folk-Lore*, „Athenaeum” 1846, No. 982 (22.02) (przekład V. Krawczyk, „Literatura Ludowa” 1975, nr 6).
- Meyer Holger, Schering Alf-Christian, Schmitt Christoph, *WossiDiA: The Digital Wossidlo Archive*, [w:] H. Meyer, Ch. Schmitt, T. Jansen, A.-Ch. Schering (eds.), *Corpora ethnographica online: Strategien der Digitalisierung kultureller Archive und ihrer Präsentation im Internet*, Vol. 5, Rostocker Beiträge zur Volkskunde und Kulturgeschichte, Waxmann, Münster & New York 2014, s. 61–84.
- Mickiewicz Adam, *Pan Tadeusz*, Paris 1834.
- Miller Daniel, Slater Don, *The Internet: An Ethnographic Approach*, Berg Publishers, Oxford 2001.
- Miller Daniel, *Tales from Facebook*, Polity Press, Cambridge 2011.
- Miller Daniel, Horst Heather, *The Cell Phone: An Anthropology of Communication*, Berg Publishers, Oxford 2006.
- Miller Vincent, *Understanding Digital Culture*, Sage, London 2011.
- Morningstar Chip, Farmer Randall, *Habitat*, Lucasfilm Games 1986.
- Morozov Evgeni, *The Net Delusion: The Dark Side of Internet Freedom*, Public Affairs, New York 2011.
- Myrhvold Nathan, Young Chris, Bilet Maxime, *Modernist Cuisine. The Art and Science of Cooking*, Vol. 1–5, Taschen, Köln 2011.
- Nelson Ted H., *Opening Hypertext. A Memoir*, [w:] M. C. Tuman (ed.), *Literacy Online. The Promise (and Peril) of Reading and Writing with Computers*, University of Pittsburgh Press, Pittsburgh 1992.
- „New York Evening Post”, July 15, 1805.
- Olson Parmy, *We Are Anonymous: Inside the Hacker World of LulzSec, Anonymous, and the Global Cyber Insurgency*, Back Bay Books, New York.

- Ong Walter J., *Orality and Literacy. The Technologizing of the World*, Routledge, New York 2002 (2^o) (przekład polski 1992, 2015).
- Oring Elliott, *Engaging Humor*, University of Illinois Press, Chicago 2003.
- Orizio Riccardo, *Zaginione białe plemiona*, Wydawnictwo Czarne, Wołowiec 2009.
- Orszulak-Dudkowska Katarzyna, *Ogłoszenie matrymonialne. Studium z pogranicza folklorystyki i antropologii kultury*, Polskie Towarzystwo Ludoznawcze, Łódź 2008.
- Ozga Krzysztof, *Demotivators as Deprecating and Phatic Multimodal Communicative Acts*, [w:] A. Maiorani, Ch. Christie (eds.), *Multimodal Epistemologies: Towards an Integrated Framework*, Routledge, New York–London 2014, s. 28–49.
- Pachonski Jan, Reuel Wilson K., *Poland's Caribbean Tragedy: A Study of Polish Legions in the Haitian War of Independence 1802–1803*, East European Monographs, Boulder, Co. Columbia University Press, New York 1986.
- Palmer Guy, *Single Person Households*, New Policy Institute, Joseph Rowntree Foundation, April 2006
- Phegley Jennifer, *Courtship and Marriage in Victorian England*, Praeger, Santa Barbara Ca. 2012.
- Phillips Andrea, *A Creator's Guide to Transmedia Storytelling: How to Captivate and Engage Audiences Across Multiple Platforms*, McGraw-Hill, New York 2012.
- Polymerou-Kamilaki Aikaterini, *Archive Digitization at the Hellenic Folklore Research Centre of the Academy of Athens*, [w:] M. Tsipopoulou (ed.), *Digital Heritage in the New Knowledge Environment: Shared spaces & Open Paths to Cultural Content (Proceedings of the International Conference held in Athens 31.10.08 –02.11.08)*, Athens 2008, s. 25–28.
- Porter David (ed.), *Internet Culture*, Routledge, New York & London 1996.
- Postman Neil, *Technopoly: The Surrender of Culture to Technology*, Alfred Knopf, New York 1992.
- Powell Julie, *Julie and Julia: 365 Days, 524 Recipes, 1 Tiny Apartment Kitchen*, Little, Brown & Co., New York 2005.
- Prepetite Claude, *Tremblements de terre en Haïti, mythe ou réalité?*, „Le Matin”, nr 33082 (9.10.2008).
- Proclamation of Masterpieces of the Oral and Intangible Heritage of Humanity*, Intangible Heritage Section, Division of Cultural Heritage, UNESCO, Paris 2001.
- Ramsey Kate, *The Spirits and the Law. Vodou and Power in Haiti*, The University of Chicago Press, Amazon 2010 (wydanie pilotażowe).

- Raymond Eric R., Steele Guy L. jr., *The New Hacker's Dictionary*, MIT Press, Cambridge Mass.–London 1996.
- Riva Giuseppe, Galimberti Carlo (eds.), *Towards Cyber Psychology: Mind, Cognition and Society in the Internet Age*, IOS Press, Amsterdam 2003.
- Robbins Sarah, Bell Mark, *Second Life for Dummies*, Wiley Publ., New York 2008.
- Romm-Livermore Celia, Setzekorn Kristina (eds.), *Social Networking Communities and E-Dating Services: Concepts and Implications*, IGI Global, 2008.
- Ross Andy, *Avatars 'r' us*, Rec. filmu, 2 strony (<http://www.andyross.net>).
- Ross Andy, *G.O.D. is Great. How to Build a Global Organism*, Charleston SC. 2010.
- Rzeźnicka Zofia, *Ancient and Byzantine Food and the Internet*, [w:] V. Krawczyk-Wasilewska, P. Lysaght (eds.), *Food and the Internet*, Peter Lang, Frankfurt am Main 2015.
- Scruton David L. (ed.), *Sociophobics. The Anthropology of Fear*, Westview Press, London 1986.
- Shea Victoria, *Netiquette*, Albion Books, San Francisco 1994.
- Shepherd Gordon M., *Neurogastronomy: How the Brain Creates Flavor and Why It Matters*, Columbia University Press, New York 2011.
- Shifman Limor, *Memes in Digital Culture*, The MIT Press, Cambridge Mass. 2013.
- Silverstein Judy, *Online Dating for Dummies*, Wiley, Hoboken N. J. 2004.
- Smallman-Raynor Matthew, Cliff Andrew, Hagget Peter (eds.), *London International Atlas of AIDS*, Blackwell Reference, London 1992.
- Solanilla Laura, Medina Xavier F., *Gastronomy and Social Networks: Heritage and Food Blogging in Catalonia*, [w:] V. Krawczyk, P. Lysaght (eds.), *Food and the Internet*, Peter Lang, Frankfurt am Main 2015
- Solon Olivia, *Richard Dawkins on the internet's hijacking of the word 'meme'* „Wired UK”, 2013, 20.06.
- Stahl Dolby Sandra, *Literary Folkloristics and the Personal Narrative*, Indiana University Press, Bloomington 1989.
- Steingarten Jeffrey, *The Man Who Ate Everything*, Vintage, London 1996.
- Steingarten Jeffrey, *Transmedia Storytelling*, „MIT Technology Review”, 15.1.2003.
- Stephenson Neal, *Snow Crash*, Bantam Books. New York 1992.
- Stiglitz Joseph E., *Globalization and Its Discontents*, W.W. Norton Company, Washington DC 2002.
- Sydow Carl W. von, *On the Spread of Tradition*, [w:] L. Bødker (ed.), *C. W. von Sydow: Selected papers on folklore published on the occasion of his 70th birthday*, Rosenkilde, Bagger, Copenhagen 1948, s. 11–43.

- Szyborska Wisława, *Dwie mały Bruegla*, [w:] *Wołanie do Yeti. Wiersze*. Wydawnictwo Literackie, Kraków 1957.
- Tapscott Don, *Cyfrowa dorosłość. Jak pokolenie sieci zmienia nasz świat*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2010.
- Taylor Grant D., *When The Machine Made Art: The Troubled History of Computer Art*, Bloomsbury, New York 2014.
- The New Encyclopaedia Britannica*, Vol. 12, London 1994, s. 430–431 (hasło *voodoo*).
- Toelken Barre, *The Anguish of Snails. Native American Folklore in the West*, Utah State Univ. Press, Logan 2003.
- Tomaszewska-Bolałek Magdalena, *Homo Gourmand and Homo Cooking: Two Main Culinary Tribes of the Internet Era*, [w:] V. Krawczyk-Wasilewska, P. Ly-saght (eds.), *Food and the Internet*, Peter Lang, Frankfurt am Main 2015, s. 209–218.
- Tuan Yi-fu: *Lanscapes of Fear*, Basil Blackwell, Oxford 1980.
- Tuman Myron C. (ed.), *Literacy Online. The Promise (and Peril) of Reading and Writing with Computers*, University of Pittsburgh Press, Pittsburgh 1992.
- Turkle Sherry, *Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*, Basic Books, New York 2011.
- Turkle Sherry, *Life on the Screen: Identity in the Age of Internet*, Simon & Schuster, New York 1995.
- Turkle Sherry, *The Second Self: Computer and the Human Spirit*, MIT Press, Cambridge MA 2005.
- Veszelszki Ágnes, *Emoticons vs. Reaction-Gifs. Non-Verbal Communication on the Internet from the Aspects of Visuality, Verbality and Time*, [w:] A. Benedek, K. Nyíri (eds.), *Beyond Words. Pictures, Parables, Paradoxes*, Series Visual Learning, Vol. 5, Peter Lang, Frankfurt 2015, s. 131–145.
- Walther Joseph B., D'Addario Kyle P., *The impacts of emoticons on message interpretation in computer-mediated communication*, „Social Science Computer Review” 2001, Vol.19, s. 324–347.
- Wands Bruce, *Art of the digital age, Thames and Hudson*, London 2007.
- Wauters Robin, *IMVU hits \$40 million annual revenue run rate*, „TechCrunch”, 2010.
- Weiss Adamson Melitta (ed.), *Regional Cuisines of Medieval Europe: A Book of Essays*, Routledge, New York 2002.
- Whitty Monica, Carr Adrian N., *Romance Psychology of Online Relationships*, Palgrave Macmillan, New York 2006.

Bibliografia

- Wilkie Dave, Embleton Stefan [założyciele], *Weopia*, 2008.
- Wilkins John, Harvey David, Dobson Mike, *Food in Antiquity*, Exeter University Press, Exeter 1995.
- Zacher Lech W. (red.), *Spółeczeństwo informacyjne w perspektywie człowieka, techniki, gospodarki*. Fundacja „Transformacje”, Warszawa 1999.
- Zacher Lech, *Spór o globalizację – eseje o przyszłości świata*, ELIPSA, Warszawa 2003.
- Zacher Lech W. (red.), *Wirtualizacja. Problemy, wyzwania, skutki*, Poltex, Warszawa 2013.
- Żeromski Stefan, *Popioły*, Warszawa 1904.

Internet

- URL dla ilustracji, (dostęp: 14.05.2016).
- www.aber.ac.uk/tfs/journal, (dostęp: 18.05.2014).
- www.academyofathens.gr/en/HFRC, (dostęp: 21.04.2016).
- <http://www.afsnet.org/>, (dostęp: 24.04.2016).
- <http://www.alexa.com/siteinfo/europeana.eu>, (dostęp: 30.04.2016).
- <http://amhistory.si.edu/juliachild/>, (dostęp: 11.01.2016).
- <http://americanhistory.si.edu/food/julia-childs-kitchen>, (dostęp: 11.01.2016).
- <http://www.andyross.net>, (dostęp: 08.02.2016).
- <http://www.andyross.net/blog2014q2.htm>, (dostęp: 07.06.2016).
- <http://www.andyross.net/blog2013q4.htm>, (dostęp: 07.06.2016).
- <http://www.avmatch.com/>, (dostęp: 07.03.2012).
- <http://www.artofcod.it>, (dostęp: 04.05.2016).
- https://blackboard.lincoln.ac.uk/bbcswebdav/users/dmeyerdinkgrafe/archive/archive_articles.html (dostęp: 13.01.2015).
- <https://www.bl.uk/>, (dostęp: 15.05.2016).
- https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Earthquake_damage_in_Jacmel_2010-01-17_4.jpg, (dostęp: 10.06.2016).
- https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Julia_Child%27s_Kitchen_-_Smithsonian.jpg, (dostęp: 09.06.2016).
- https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Maslow%27s_Hierarchy_of_Needs.svg, (dostęp: 9.06.2016).
- https://commons.wikimedia.org/wiki/File:1980_Moscow_Olympic_Games_Polish_poster.jpg, (dostęp: 12.06.2016).
- <http://www.dafos.dk>, (dostęp: 19.04.2016).
- <http://www.datingdirect.com/meetic.php?url=/home/index.php>, (dostęp: 12.05.2009).

- <http://www.demotivation.us>, (dostęp: 02.05.2016).
- <http://www.demotivators.es>, (dostęp: 02.05.2016).
- <http://www.demotywatory.pl>, (dostęp: 02.05.2016).
- http://deser.gazeta.pl/deser/1,83453,7467621,Jeden_SMS_wywolal_atak_paniki_w_calym_kraju.html, (dostęp:18.01.2010).
- www.despair.com, (dostęp: 02.05.2016).
- <http://www.digitalartsonline.co.uk>, (dostęp: 12.06.2016).
- <http://digital-folklore.org/>, (dostęp: 10.04.2016).
- [http://www.digital.ucd.ie/?q=dc.type:Collection&fq\[\]=repository_facet:National%20Folklore%20Collection%20UCD](http://www.digital.ucd.ie/?q=dc.type:Collection&fq[]=repository_facet:National%20Folklore%20Collection%20UCD), (dostęp: 21.04.2016).
- <http://digital.fides.org.pl/dlibra/docmetadata?id=744&from=publication>, (dostęp: 10.6.2016).
- <http://www.dri.ie/demonstrator-projects/irish-lifetimes>, (dostęp: 21.04.2016).
- www.duchas.ie, (dostęp: 21.04.2016).
- <https://www.ebscohost.com>, (dostęp: 15.05.2016).
- <http://edition.cnn.com/2010/WORLD/americas/01/14haiti>, (dostęp: 15.01.2010).
- <http://edition.cnn.com/2010/WORLD/americas/01/14haiti.pat.rober>, (dostęp: 15.01.2010).
- <http://www.eHarmony.com>, (dostęp: 25.01.2016).
- <http://www.encounters.co.uk>, (dostęp: 20.05.2016).
- [https://en.wikipedia.org/wiki/Anonymous_\(group\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Anonymous_(group)), (dostęp: 12.06.2016).
- https://en.wikipedia.org/wiki/Dutty_Boukman, (dostęp: 07.02.2016).
- <https://en.wikipedia.org/wiki/Europeana>, (dostęp: 30.04.2016).
- http://en.wikipedia.org/wiki/File:Wanna_date_my_avatar.jpg, (dostęp: 12.03.2012).
- http://en.wikipedia.org/wiki/Human_Development_Index, retrieved (dostęp: 09.02.2016).
- https://en.wikipedia.org/wiki/Netherlandish_Proverbs, (dostęp: 12.05.2015).
- www.ethanzuckerman.com/blog/2010/01/19, (dostęp: 20.01.2010).
- <http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2011:283:0039:0045:EN:PDF>, (dostęp: 29.04.2016).
- www.europeana.eu, (dostęp: 30.04.2016).
- <http://www.finlit.fi/en>, (dostęp: 22.04.2016).
- <http://www.2.fiu.edu/~mizrachs>, (dostęp: 9.04.2016).
- <http://www.folklore.ee/ebaas>, (dostęp: 14.04.2016).
- <http://www.folklorecollections.org/>, (dostęp: 24.04.2016).
- <http://www.folklore.ee/FOAFtale/ftn.htm>, (dostęp: 09.02.2016).

Bibliografia

- <http://www.freerepublic.com/focus/f-religion/2430711/posts>, (dostęp:18.01.2010).
- [www.gallica.bnf.fr/ark: 12148](http://www.gallica.bnf.fr/ark:/12148), (dostęp: 30.6.2014).
- www.garamantas.lv/en, (dostęp: 19.04.2016).
- <http://www.gazetalubuska.pl/gry/.../7864940,bitwa-o-krzyz-pod-palacem-prezydenckim-czyli-nowa-gra-komputerowa,id,t.html>, (dostęp:14.05.2015).
- <http://www.geekculture.com/joyoftech/joyarchives/898.html>, (dostęp:12.06.2016).
- <https://www.google.com/doodles>, (dostęp: 02.95.2016).
- <https://www.google.com/logos/doodles/2016/120th-anniversary-of-first-modern-olympic-games-6314245085986816-hp2x.jpg>, (dostęp: 10.06.2016).
- <https://www.google.com/logos/doodles/2016/uefa-euro-2016-5086697013379072-hp2x.gif>, (dostęp: 10.06.2016).
- <https://www.google.com/doodles/25th-anniversary-of-first-free-elections-in-poland>, (dostęp: 10.06.2016).
- <http://www.gutenberg.org/files/9371/9371-h/9371-h.htm>, (dostęp: 17.05.2016).
- <https://www.google.pl/search?q=emotikony+do+skopiowania&espv=2&biw=1600&bih=799&tbn=isch&tbo=u&source>, (dostęp: 14.06.2016).
- <http://www.hf.uio.no/ikos/english/services/norwegian-folklore/>, (dostęp: 19.04.2016).
- http://historicalsociety.stanford.edu/pdfST/ST26no2_3.pdf, retrieved (dostęp: 03.02.2016).
- www.ibisworld.com/industry/default.aspx?indid, (dostęp: 22.01.2016).
- <http://www.idateconference.com>, (dostęp: 22.01.2016).
- <http://id.loc.gov/vocabulary/ethnographicTerms.html>, (dostęp: 23.04.2016).
- <http://www.imvu.com/>, (dostęp: 07.03.2012).
- <http://www.isfnr.org>, (dostęp: 23.04.2016).
- <https://join.secondlife.com>, (dostęp: 15.05.2015).
- <http://www.jrf.org.uk>, (dostęp: 27.05. 2009).
- <https://journeytothestars.wordpress.com/tag/nasa-bbc-rumors-cosmic-rays-from-mars/>, (dostęp:10.05.2012).
- <http://www.jstor.org/>, (dostęp:15.05.2016).
- <http://www.kaznowski.blox.pl>, (dostęp: 15.05.2016).
- <http://kivike.kirmus.ee>, (dostęp:14.04.2016).
- <http://www.kmkv.de/en/programm/programmpunkte/2015/.../>, (dostęp: 10.04.2016).
- http://www.kontrolaografias.gr/default.asp?V_LANG_ID=5 , (dostęp: 14.04.2016).
- <http://www.lovesites.com/history-of-internet-dating>, (dostęp: 20.01.2016).

- <http://www.lyricsreg.com/lyrics/the+guild/do+you+wanna+date+my+avatar/>, (dostęp: 06.03. 2012).
- <http://www.match.com>, (dostęp: 25.01.2016).
- <http://a4.mzstatic.com/us/r30/Purple1/v4/26/af/d6/26afd60a-5fde-f8ad-b3ff-2ba7b6d2f9e4/screen390x390.jpeg>, (dostęp: 08.06.2016).
- <http://www.meertens.knaw.nl>, (dostęp: 21.04.2016).
- <http://www.meertens.knaw.nl/cms/en/research/projects>, (dostęp: 23.04.2016).
- http://www.mkidn.gov.pl/media/docs/2012/20120302zalecenia_KE.pdf, (dostęp: 15.05.2016).
- <http://www.omnidate.com/>, (dostęp: 08.03. 2012).
- <http://www.onlinedatingmagazine.com/onlinedatingstatistics.html>, (dostęp: 08.06.2016).
- <https://openfolklore.org>, (dostęp: 29.04.2016).
- <http://www.oskarkolberg.pl/>, (dostęp: 10.05.2016).
- <http://pbi.org.pl>, (dostęp: 14.04.2016).
- <http://www.pewinternet.org/2013/10/21/online-dating-relationships/>, (dostęp: 08.06.2016).
- <http://www.pewresearch.org/fact-tank/2016/02/29/5-facts-about-online-dating/>, (dostęp: 08.06.2016).
- <http://www.phrases.org.uk/meanings/better-late-then-never.html>, (dostęp: 15.05.2016).
- <http://www.phrases.org.uk/meanings/needs-must>, (dostęp: 16.05.2016).
- <https://www.pinterest.com/inozentes/traditionaldigital-art/>, (dostęp: 04.05.2016).
- <http://pl.imvu.com/>, (dostęp: 14.06.2016).
- https://pl.wikipedia.org/wiki/Anti-Counterfeiting_Trade_Agreement, (dostęp: 03.08.2016).
- https://pl.wikipedia.org/wiki/Nigeryjski_szwindel, (dostęp 27.07.2016).
- https://pl.wikipedia.org/wiki/O_zachowaniu_si%C4%99_przy_stole, (dostęp: 11.01.2016).
- http://www.planets-project.eu/docs/casestudies/PlanetsCasestudy_Digital-Folklore.pdf, (dostęp: 14.04.2016).
- <http://www.pof.com>, (dostęp: 25.01.2016).
- <https://www.polishhearts.co.uk>, (dostęp: 28.01.2016).
- <https://polona.pl>, (dostęp: 17.06.2016).
- <http://www.polskagrafikacyfrowa.pl>, (dostęp: 27.07.2016).
- <http://www.polskieradio.pl/23/266/Artykul/196249,Pogloski-gorsze-od-trzesienia>, (dostęp: 19.01.2010).
- <http://portal.unesco.org/en/ev.php>, (dostęp: 14.04.2016).

Bibliografia

- http://portal.unesco.org/en/ev.phpURL_ID=17721&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html, (dostęp: 29.04.2016).
- <http://www.pro.europeana.eu>, (dostęp: 30.04.2016).
- <http://www.rfc1855.net>, (dostęp: 13.03.2016).
- <https://rm.coe.int/CoERMPublicCommonSearchServices/DisplayDCTMContent?documentId=0900001680083746>, (dostęp: 14.04.2016).
- http://www.salon.com/2010/01/14/haiti_satan_pact/, (dostęp: 07.02.2016).
- <http://www.secondlife.com>, (dostęp: 14.06.2016).
- <http://www.secondlife.com/destination/copacabana-brasil>, (dostęp: 10.03.2012).
- <http://www.scientificamerican.com>, (dostęp: 6.03.2012).
- <http://www.siefhome.org>, (dostęp: 23.04.2016).
- www.smtsoftware.com/pl/art-of-code-hackathon-wroclaw/, (dostęp: 04.05.2016).
- <https://www.swedishict.se/>, (dostęp: 01.05.2016).
- <http://techcrunch.com/2010/04/24/imvu-revenue/>, (dostęp: 8.03.2012).
- http://www.tekstowo.pl/piosenka,talib,i_am_a_little_taliban.html, (dostęp: 19.19.2016).
- www.technologyreview.com/news/401760/transmedia-storytelling/, (dostęp: 30.6.2014).
- <https://www.tii.se/about-us/history>, (dostęp: 01.05.2016).
- <http://time.com/3662225/haiti-earthquake-five-year-after/>, (dostęp: 09.02.2016).
- www.theworld50best.com/awards/best-female-chef, (dostęp: 20.6.2014).
- <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/memory-of-the-world/register/full-list-of-registered-heritage/>, (dostęp: 19.04.2016).
- https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/7/7e/Pieter_Brueghel_the_Elder_-_The_Dutch_Proverbs_-_Google_Art_Project.jpg, (dostęp: 15.04.2016).
- <https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/c/c9/Bruegel6.jpg/500px-Bruegel6.jpg>, (dostęp: 15.04.2016).
- <http://www.virtualworldnews.com/2009/04/imv/>, (dostęp: 01.04.2011).
- <http://visualeconomics.creditloan.com/a-business-of-love-online-dating-by-the-numbers/#ixzz3xyLBYSUy>, (dostęp: 22.01.2016).
- <http://www.volkskunde.uni-rostock.de/wossidlo-archiv/>, (dostęp: 09.05.2016).
- <http://www.weopia.com>, (dostęp: 16.01.2012).
- <http://www.wossidia.de>, (dostęp: 24.04.2016).
- www.youtube.com/watch?v=JcY-p4CNJz, (dostęp: 01.06.2014).
- <https://www.youtube.com/watch?v=cltWJIEDEUUME>, (dostęp: 17.06.2016).
- <https://www.youtube.com/watch?v=tOK2cmyD-kc>, (dostęp: 19.19.2016).

Spis rycin

Rycina 1. Pieter Bruegel Starszy: <i>Przysłowia niderlandzkie</i>	17
Rycina 2. [<i>Przysłowia niderlandzkie</i>]	17
Rycina 3a. Fragment (poz. nr 4, kwadrant lewy dolny)	18
Rycina 3b. Fragment (poz. nr 3, kwadrant lewy dolny)	18
Rycina 4. Bitwa o krzyż. Gra komputerowa	38
Rycina 5. Przykłady emotikonów i piktogramów	42
Rycina 6. How do Europeans really feel about each. Emoticon diplomacy	42
Rycina 7. Polski plakat z okazji. Olimpiady w Moskwie (1980). Autor: Łukasz Katlewa	43
Rycina 8a. Philosophy: I did it my way (zdjęcie autora)	45
Rycina 8b. „Andy ponders the wonder of words” (zdjęcie autora)	45
Rycina 9a, 9b. Emblemat – „człowiek bez głowy” (ryc. 9a) i maski, (ryc. 9b) reprezentują organizację, która nie ma przywódcy i działa anonimowo	60
Rycina 10. 120 rocznica pierwszych nowożytnych Igrzysk Olimpijskich, 10.04.2016	60
Rycina 11. Czerwiec 2016: UEFA Euro2016	62
Rycina 12. Czerwiec 2014: 25. rocznica pierwszych wolnych wyborów w Polsce	62
Rycina 13. Wieżowce WTC (anonimowy załącznik e-mailowy)	71
Rycina 14. Gumowe wieże (anonimowy załącznik e-mailowy)	72
Rycina 15. Nowy Manhattan (anonimowy załącznik e-mailowy)	72
Rycina 16. „Nowa” flaga amerykańska (anonimowy załącznik e-mailowy)	73
Rycina 17. Goście (anonimowy załącznik e-mailowy)	75
Rycina 18. Migranci (anonimowy mem)	77

Spis rycin

Rycina 19. Epicentrum trzęsienia ziemi na Haiti	81
Rycina 20. Jacmel	82
Rycina 21. Pogawędka (czat) na Tinderze	98
Rycina 22. Postawy Amerykanów wobec randek internetowych	99
Rycina 23. IMVU	119
Rycina 24. Egzotyczne lokalizacje: plaża w Second Life	120
Rycina 25. OmniDate: swatka dla awatarów	122
Rycina 26. Witryna strony Avmatch: kojarzenie ludzi i ich awatarów	123
Rycina 27. AvMatch: reklama piosenki i randek z awatarem w Second Life	127
Rycina 28. Hierachia potrzeb według Maslova	131
Rycina 29. Pierwsze zapisane po polsku zdanie	135
Rycina 30. Pieczone prosię – atrakcja dorocznego przyjęcia na Wydz. Filozoficzno-Historycznym UŁ w 2016 r. (zdjęcie autorki)	138
Rycina 31. Oryginalna kuchnia Julii Child	140
Rycina 32. Kolekcja miedzianych rondli Julii Child	140