

NETLOR

Wiedza cyfrowych tubylców

pod redakcją
Piotra Grochowskiego



Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika
Toruń 2013



NETLOR
WIEDZA CYFROWYCH TUBYLCÓW
pod redakcją P. Grochowskiego
Toruń 2013

PIOTR GROCHOWSKI
(Uniwersytet Mikołaja Kopernika)

Lud internetowy i jego folklor

Wprowadzenie

Historia badań różnych form folkloru transmitowanych w postaci cyfrowej za pomocą urządzeń elektronicznych sięga właściwie jeszcze ery przedinternetowej¹. Wraz z powstaniem i błyskawicznym upowszechnianiem się internetu folklorysty dość szybko zorientowali się, że nie tylko „opowiada się” tu dowcipy i różnego rodzaju historie², ale że funkcjonują tu rozmaite nieformalne odmiany twórczości i interakcji, których efekty czy wytwory mają większość z tradycyjnie wyróżnianych wyznaczników folkloru, cechuje je bowiem spontaniczność, anonimowość, powtarzalność i wariantywność generowanych tekstów³.

Badacze kultury współczesnej zwracają uwagę na to, że wkraczanie technologii cyfrowych w kolejne sfery naszego życia skutkuje paradoksalnie rozwojem takich praktyk kulturowo-komunikacyjnych, które w różnych aspektach przypominają bądź wręcz są analogiczne do pewnych zjawisk znanych nam z kultur ludowych posługujących się głównie lub wyłącznie

¹ R. D. Beatty, *Computerlore: The Bit Bucket*, „New York Folklore” 1976, t. 2, nr 3–4.

² J. Dorst, *Tags and Burners, Cycles and Networks: Folklore in the Telectronic Age*, „Journal of Folklore Research” 1990, nr 27 (3); I. Schneider, *Erzählen im Internet. Aspekte kommunikativer Kultur im Zeitalter des Computers*, „Fabula” 1996, t. 37.

³ Por. T. J. Blank, *Toward a Conceptual Framework for the Study of Folklore and the Internet*, [w:] *Folklore and the Internet. Vernacular Expression in a Digital World*, red. T. J. Blank, Logan 2009.

ustnym przekazem tradycji. Najbardziej wyraziste z tych praktyk są różnorodne formy konwersacji, których erupcja w mediach elektronicznych interpretowana jest często w kontekście teorii wtórnej oralności Waltera Onga⁴. Chodzi tu jednak także o inne zjawiska, np. opisywaną przez Lva Manovicha wariacyjność, która sprawia, że „w kulturze komputerowej powszechnie generuje się różne wersje tego samego obiektu medialnego”⁵. Zarówno w sferze twórczości artystycznej, jak i w obszarze potocznej komunikacji zapis cyfrowy w olbrzymim stopniu ułatwia multiplikowanie oraz przetwarzanie i wielokrotne wykorzystywanie wygenerowanych komunikatów w różnych sytuacjach, co przywodzi na myśl charakterystyczną dla świata oralnego formuliczność⁶ oraz wynikające z niej specyficzne postrzeganie kwestii autorstwa⁷. Taka tendencja sprawia zaś, jak pokazuje choćby Henry Jenkins, że typowy dla wcześniejszych form kultury masowej podział na producentów i konsumentów, autorów i widzów/czytelników/użytkowników zostaje w znacznym stopniu unieważniony. Podobnie jak w przypadku tradycyjnej sytuacji folklorotwórczej role nadawcy i odbiorcy nie są stałe i podlegają nieustannej negocjacji. Coraz częściej dochodzi przy tym do sytuacji, gdy nawet instytucjonalni nadawcy zaczynają się bacznie przyglądać poczynaniom i opiniom odbiorców oraz wykorzystywać w różny sposób ich spontaniczną aktywność twórczą. Mamy więc do czynienia z typowym sprzężeniem zwrotnym, w którym publiczność poprzez różnorodne działania ma bezpośredni wpływ na kształt generowanych komunikatów i staje się po części ich „zbiorowym autorem”. Tak więc za sprawą technologii cyfrowych następuje swego rodzaju powrót szerokich mas do aktywnych form uczestnictwa w kulturze, a tym samym – jak pisze Jenkins – „kultura masowa znów staje się kulturą ludową”⁸.

Za szczególnie moment w rozwoju tych neoludowych form partycypacji w cyberkulturze uznaje się zazwyczaj swoistą technologiczną reorientację

⁴ J. Hajduk-Nijkowska, *Folklorystyczny nerw internetu. Wspólnotowa przestrzeń emocji i wyobraźni*, „Kultura Popularna” 2012, nr 3, s. 7.

⁵ L. Manovich, *Język nowych mediów*, przeł. P. Cypryański, Warszawa 2006, s. 105.

⁶ Por. A. B. Lord, *Pieśniarz i jego opowieść*, przeł. P. Majewski, Warszawa 2010; M. Abramowicz, *Formuła oralna a świat wartości*, „Literatura Ludowa” 1983, nr 6.

⁷ Por. W. Gusiew, *Estetyka folkloru*, przeł. T. Zielichowski, Wrocław 1974, s. 218–228.

⁸ H. Jenkins, *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, przeł. M. Bernatowicz, M. Filiciak, Warszawa 2007, s. 134.

usług dostępnych w internecie, która nastąpiła około roku 2005 i została określona przez Tima O'Reilly'ego jako era Web 2.0⁹. Owa reorientacja polegała przede wszystkim na kreowaniu interakcji użytkowników internetu z jego operatorami, głównie poprzez udostępnianie prostych i bezpłatnych narzędzi tudzież usług dostosowanych do potrzeb internautów. Szczególne znaczenie miało powszechne umożliwianie darmowego generowania i publikowania w sieci najróżniejszych treści. Doprowadziło to zarazem do pewnych przemian w świadomości użytkowników internetu, który przestał być postrzegany jedynie przez pryzmat poczty elektronicznej lub narzędzia biznesowego. Dzięki możliwości zamieszczania oraz pozyskiwania bogatego materiału audiowizualnego, globalna sieć stała się miejscem przyjaznym zwykłym użytkownikom, a zarazem idealnym kanałem służącym spontanicznej wymianie najróżniejszych komunikatów, w tym również rozmaitych form folkloru¹⁰. Choć część badaczy dostrzega, a nawet podkreśla niejednoznaczną rolę, zwłaszcza zaś silnie komercyjny i korporacyjny, a zarazem mało elastyczny charakter narzędzi Web 2.0¹¹, trudno zaprzeczyć, że przyczyniły się one do opisywanego przez Jenkinsa ponownego „uludowienia” znacznych obszarów i wielu aspektów współczesnej kultury.

Jednym z owych aspektów, który wzbudza szczególne zainteresowanie badaczy, są oparte na technologii Web 2.0 sposoby konstruowania i transmitowania wiedzy. Mamy tu do czynienia zarówno z oddolnym i zdecentralizowanym tworzeniem różnych odmian tzw. wikiwiedzy, „powstającej w procesie dialogu społecznego i negocjacji znaczeń”¹², jak i swego rodzaju powrotem do „wiedzy lokalnej” czy „wiedzy potocznej” szerzonej przez

⁹ T. O'Reilly, *What Is Web 2.0. Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software*, <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html> (dostęp: 2012-12-04).

¹⁰ S. J. Bronner, *Digitizing and Virtualizing Folklore*, [w:] *Folklore and the Internet. Vernacular Expression in a Digital World*, red. T. J. Blank, Logan 2009, s. 29.

¹¹ O. Lialina, *A Vernacular Web 2*, [w:] *Digital Folklore*, red. O. Lialina, D. Espenschied, Merz 2009; K. Krzysztofek, *Web 2.0: „morderca” czy dobroczyńca ludzkości*, [w:] *Com.unikowanie w zmieniającym się społeczeństwie*, red. M. Niezgodna, M. Świątkiewicz-Mośna, A. Wagner, Kraków 2010.

¹² A. Maj, *Folksonomia jako nowy model wiedzy. Komunikacyjne i kulturowe aspekty Web 2.0*, [w:] *Com.unikowanie w zmieniającym się społeczeństwie*, red. M. Niezgodna, M. Świątkiewicz-Mośna, A. Wagner, Kraków 2010, s. 394–395.

samozwańcze „systemy eksperckie” nowego typu (szerzej na ten temat pisze w niniejszym tomie Dariusz Brzostek) albo generowanej w procesie folksonomii. W folksonomii zaś, która polega na spontanicznym i oddolnym tworzeniu znaczników służących do kategoryzacji treści (ang. *social tagging*, *social bookmarking*), jak pisze Anna Maj, „istotna staje się opinia innych użytkowników-konsumentów na temat usług i produktów oraz ich ocena [...] lub samo ulotne zainteresowanie, które zostaje symbolicznie »zamrożone« [...]. Mowa tu o »mądrości tłumów« i o dynamizacji procesu dostępu do informacji oraz egalitaryzmie w dostępie do wiedzy i społecznej kreacji znaczeń [...]”¹³. Obcujemy tu więc w rzeczy samej ze swego rodzaju „mądrością ludową”, której „jakość” z zewnętrznego punktu widzenia jest oczywiście dyskusyjna, ponieważ powstaje ona nie poprzez nieustanną konfrontację i weryfikację doświadczeń oraz negocjowanie znaczeń, lecz na mocy sumowania, generalizacji i naśladowania jednostkowych decyzji podejmowanych w celu porządkowania otaczającego nas świata (temat ten poruszany jest w tekście *Mroczna strona folkloru internetowego*). Niekiedy przypisuje się zresztą folksonomii jeszcze głębsze znaczenia. Jak zauważa bowiem Simon J. Bronner:

we wzrastającym zamiłowaniu użytkowników wobec folksonomii należy dostrzec to, iż wzorce emicznego kategoryzowania i organizowania treści w cyberprzestrzeni są kluczowymi praktykami kulturowymi, definiującymi granice oraz wspólne sposoby postrzegania informacji, a zatem stanowiącymi wyznaczniki tożsamości¹⁴.

Owo charakterystyczne tworzenie w przestrzeni internetu zbiorowych tożsamości skłania z kolei wielu badaczy i jeszcze liczniejszych publicystów do rozwijania tezy o konstytuowaniu się na bazie nowych mediów różnego rodzaju grup określanych jako wspólnoty wirtualne lub wspólnoty online¹⁵ albo elektroniczne sąsiedztwa lub wspólnoty afektu¹⁶. Nierzadko sięga się

¹³ Tamże, s. 293.

¹⁴ S. J. Bronner, dz. cyt., s. 29.

¹⁵ Różnorodne koncepcje wspólnoty wirtualnej szczegółowo omawia Magdalena Kamińska, *Nieczne memy. Dwanaście wykładów o kulturze internetu*, Poznań 2011.

¹⁶ A. Appadurai, *Nowoczesność bez granic. Kulturowe wymiary globalizacji*, przeł. Z. Pucek, Kraków 2005, s. 17, 288–289.

w takich przypadkach po powstałe jeszcze w czasach przedinternetowych koncepcje Marshalla McLuhana¹⁷ i Michela Maffessoli¹⁸, których kluczowe terminy (globalna wioska, retribalizacja, neotrybalizm) stają się inspiracją do rozmaitych efektowych wariacji, takich jak „ponowne zaczarowanie świata”¹⁹, „lud internetowy”²⁰, „cyfrowi tubylcy” (*digital natives*)²¹ czy „cyberplemiona”²². Otwarte pozostaje pytanie, na ile mamy tu do czynienia jedynie z poznawczymi metaforami, na ile zaś mówimy o grupach funkcjonujących identycznie lub prawie identycznie jak społeczności pozainternetowe i w jakim stopniu są one rzeczywiście zbliżone do plemion lub wspólnot charakterystycznych dla tradycyjnych kultur ludowych (szerzej na ten temat pisze w niniejszym tomie Miłosz Markocki).

Tak czy inaczej, ów internetowy *folk* (choć właściwsza byłaby tu liczba mnoga, gdyż obecnie nie ulega już raczej wątpliwości, że w przestrzeni internetu mamy do czynienia z wieloma różnymi społecznościami i kulturami, w których zresztą partycypuje się często symultanicznie i w trybie *part time*²³) ma niewątpliwie swoją specyficzną cyberkulturę, a tym samym swój cyfrowy *lore*. Nawiązywanie do źródłowego sensu pojęcia „folkloru” jako wiedzy ludu może wydawać się dziwne czy mylące (wszak w Polsce cały czas kojarzy się ono głównie z częścią dawnej kultury chłopskiej). W kontekście tezy o neoludowym charakterze partycypacji w cyberkulturze właściwy jej folklor jest jednak niczym innym, jak właśnie współczesną wiedzą internetowego ludu.

¹⁷ Por. K. Loska, *Dziedzictwo McLuhana. Między nowoczesnością a ponowoczesnością*, Kraków 2001.

¹⁸ M. Maffesoli, *Czas plemion. Schyłek indywidualizmu w społeczeństwach ponowoczesnych*, przeł. M. Bucholc, Warszawa 2008.

¹⁹ M. Kamińska, *Rzeczywistość wirtualna jako „ponowne zaczarowanie świata”*. Pytanie o status poznawczy koncepcji, Poznań 2007.

²⁰ M. Zdrodowska, E-, cyber-folklor. Nowy paradygmat badania nowych mediów?, „Kultura Popularna” 2012, nr 3, s. 28.

²¹ M. Prensky, *Teaching Digital Natives: Partnering for Real Learning*, Thousand Oaks 2010; tenże, *From Digital Natives to Digital Wisdom: Hopeful Essays for 21st Century Learning*, London 2012.

²² P. Stasiak, *Plemiona sieci*, „Polityka” 2012, nr 7; J. A. Ureta, *Cybertrybalizm*, „Polonia Christiana” 2012, nr 16, on-line: <http://www.pch24.pl/cybertrybalizm,647,i.html> (dostęp: 2013-04-15).

²³ M. Kamińska, *Niečne memy*, s. 298–300.

Na określenie interesującego nas zjawiska używa się zresztą wielu różnych terminów. Obok folkloru internetowego czy sieciowego w obiegu są takie pojęcia, jak „netlor”, „e-folklor”, „cyberfolklor” i jeszcze kilka innych (zestawienie tych określeń podaje w swym artykule Michaił Alekseewsky). Osobiście skłonny jestem uważać wszystkie te określenia za synonimy i nie widzę podstaw do przeprowadzania w tym zakresie jakichś zasadniczych podziałów. Oczywiście cyberfolklor można by uznać za pojęcie szersze, wszak nie wszystko co cyfrowe musi być koniecznym transmitowane za pomocą internetu. Pewne formy folkloru elektronicznego istniały jeszcze w erze przedinternetowej, inne egzystują ciągle dzięki telefonii komórkowej²⁴, a w przyszłości być może rozwiną się kolejne, bazujące na nowych technologiach powszechnej komunikacji cyfrowej, np. zdobywających coraz większą popularność geomediach²⁵. W praktyce jednak obecnie przypadki tego typu stanowią pewien margines, a internet jest głównym obszarem funkcjonowania cyberfolkloru, tak iż zakres tego pojęcia właściwie pokrywa się dziś z zakresem folkloru internetowego.

Problem pojawia się dopiero w momencie, kiedy pytamy o to, jaki miałby być konkretnie zakres pojęcia „folklor internetowy”. Czy chodzi tu tylko – jak chcą niektórzy folklorysty – o teksty, które w jakiś, choćby daleki i przybliżony sposób odpowiadają tym funkcjonującym w ramach analogowych kanałów transmisji oraz mieszczą się w znanych porządkach genologicznych? Czy też raczej – jak sugeruje choćby Piotr Kowalski – należy wypracować zupełnie nową definicję, „poszerzając maksymalnie rozumienie samego pojęcia tekstu poprzez potraktowanie go łącznie z całą wieloelementową sytuacją wykonawczą”, tak by definicja ta obejmowała teksty zupełnie nowego rodzaju, choćby takie, które nie mają linearnej budowy (np. hiperteksty, gry on-line) czy takie, w których „słowo nie jest koniecznym elementem organizującym wypowiedź”²⁶.

²⁴ G. Szpila, *Przysłowia SMS-y – paremia w komunikacji elektronicznej*, „Literatura Ludowa” 2006, nr 1.

²⁵ Por. A. Nacher, *Geomedia – między mediami a lokalizacją*, [w:] *Kulturowe kody technologii cyfrowych*, red. P. Celiński, Lublin 2011.

²⁶ P. Kowalski, *Folklorystyka na nowych obszarach: antropologia mediów*, [w:] *Nowe konteksty badań folklorystycznych*, red. J. Hajduk-Nijakowska, T. Smolińska, Wrocław 2011, s. 49, 52. Por. C. Vandendorpe, *Od papirusu do hipertekstu. Esej o przemianach tekstu i kultury*, przeł. A. Sawisz, Warszawa 2008.

Dość powszechna zwłaszcza na Zachodzie praktyka oraz formułowane przez licznych badaczy definicje folkloru internetowego mają taki właśnie inkluzywny charakter. Oto przykład jednej z takich definicji:

[Termin] *Digital Folklore* obejmuje zwyczaje, tradycje oraz elementy wizualne/graficzne, tekstowe i dźwiękowe kultury, którą stworzyli użytkownicy pracujący na aplikacjach komputerów osobistych w ciągu ostatniej dekady XX i pierwszej dekady XXI wieku²⁷.

Choć owo inkluzywne definiowanie netloru może budzić pewne zastrzeżenia (piszę o tym szerzej w tekście *Folklorysta w sieci*), na potrzeby niniejszego tomu przyjęliśmy taką właśnie szeroką perspektywę, obejmującą całość społecznej, umysłowej oraz symbolicznej sfery kultury właściwej danej grupie internautów bądź też – w niektórych przypadkach – internautom traktowanym całościowo jako pewnego rodzaju społeczność. Poszczególne artykuły są zarazem świadectwem różnych, często dość odmiennych sposobów postrzegania i opisywania owych symbolicznych wymiarów internetowych praktyk kulturowo-komunikacyjnych, wskazując zarazem możliwe metody i obszary dalszych badań nad folklorem internetowym.

Trzeba bowiem zauważyć, że owe specyficzne internetowe praktyki kulturowo-komunikacyjne, określane przez nas w tytule tomu mianem netloru, są nie tylko bogate, zróżnicowane i dynamicznie zmieniające się, ale zarazem bywają badane przez przedstawicieli różnych dyscyplin naukowych, a zatem analizuje się je w ramach odmiennych ujęć teoretycznych i określa przy użyciu rozmaitych terminów. Zjawiska, które dla jednych będą ewidentnymi przykładami folkloru internetowego, inni z powodzeniem opisują, odwołując się do różnych koncepcji pozafolklorystycznych, choćby kultury uczestnictwa lub kultury konwergencji²⁸, kultury remiksu lub kultury RW²⁹, zbiorowej inteligencji lub wiedzy tłumu³⁰, albo też stosując

²⁷ O. Lialina, *Do You Believe in Users?*, [w:] *Digital Folklore*, red. O. Lialina, D. Espenschied, Merz 2009, s. 9–10.

²⁸ H. Jenkins, dz. cyt.

²⁹ L. Lessing, *Remiks. Aby sztuka i biznes rozkwitały w hybrydowej gospodarce*, przeł. R. Próchniak, Warszawa 2009.

³⁰ H. Jenkins, *Collective Intelligence vs. The Wisdom of Crowds*, http://henryjenkins.org/2006/11/collective_intelligence_vs_the.html (dostęp: 2012-11-16).

w swych badaniach perspektywę emiczną, wykorzystują kategorie, którymi posługują się sami internauci (np. mem internetowy, *funny picture*, *viral video* czy *fanwork*)³¹.

Polskie badania nad cyfrowymi formami folkloru rozpoczęły się ze znacznym (oczywiście w skali internetowej „rachuby czasu”) opóźnieniem³² i do niedawna nie były prowadzone zbyt intensywnie ani systematycznie. Jak stwierdził Piotr Kowalski,

folklorystyka w kształtowaniu metod i metodologii antropologii mediów powinna odegrać ważną rolę, choć, niestety, tego nie czyni. Nieśmiało próby, jakie podejmowane są przez polskich folklorystów, pokazują zarówno nowe zadania stojące przed badaczami, jak i poważne ograniczenia warsztatowe, wynikające z tradycyjnego akcesorium analitycznego i interpretacyjnego³³.

Sytuacja ta zaczęła się pomału zmieniać dopiero w ostatnich latach, kiedy to ukazało się kilka artykułów podejmujących problem folkloru internetowego w szerszej perspektywie teoretycznej³⁴ oraz wydany już w trakcie prac redakcyjnych nad naszym tomem monograficzny numer „Kultury Popularnej”, w całości poświęcony różnym aspektom netloru.

Niniejszy zbiór studiów ma więc z jednej strony stanowić pewne podsumowanie pierwszego okresu „nieśmiałych” badań nad folklorem internetowym, prezentując ich wyniki i wypływające z nich doświadcze-

³¹ M. Kamińska, *Niečne memy*.

³² Za ich początek należałoby chyba uznać rok 2003, kiedy to ukazały się dwa artykuły, podejmujące pośrednio i na marginesie zagadnienie folkloru internetowego: V. Kawczyk-Wasilewska, *Po 11. Września, czyli folklor polityczny jako wyraz globalnego lęku*, „Literatura Ludowa” 2003, nr 3; M. Derda-Nowakowski, *Teorie spiskowe Jana Pająka, czyli rzecz o zachwycie nad groźnym pięknem nieweryfikowalnej technologii*, „Teksty z Ulicy” 2003, z. 5–6.

³³ P. Kowalski, dz. cyt., s. 47.

³⁴ Mam tu na myśli przede wszystkim prace Janiny Hajduk-Nijkowskiej (*E-folklor. Rola Internetu w powstawaniu zjawisk folkloropodobnych*, [w:] *Nowe media i komunikowanie wizualne*, red. P. Francuz, S. Jędrzejowski, Lublin 2010; *Od folkloru do e-folkloru*, [w:] *Od liberatury do e-literatury*, red. E. Wilk, M. Górską-Olesińska, Opole 2011; *E-folklor jako subkultura sieci*, [w:] *Liberatura, e-literatura i... Remiksy, remediacje, redefinicje*, red. M. Górską-Olesińska, Opole 2012) oraz cytowany powyżej artykuł Piotra Kowalskiego tudzież moje studium *Folklorysta w sieci* („Literatura Ludowa” 2010, nr 3), którego zmieniona wersja została włączona do niniejszego tomu.

nia, z drugiej zaś strony – taką mamy przynajmniej nadzieję – może on dać impuls do podjęcia dalszych, bardziej „odważnych” i nowatorskich metodologicznie prac badawczych, wskazując ich ewentualne kierunki i obszary tudzież proponując pewne metody czy ujęcia teoretyczne. Z tego też powodu w pierwszej części tomu zamieszczono artykuły o charakterze teoretyczno-metodologicznym, których celem jest zaprezentowanie różnych sposobów oraz propozycji konceptualizacji pojęcia folkloru internetowego i toczących się w tym zakresie dyskusji, a także wskazanie pewnych obszarów badawczych i pomysłów czy postulatów dotyczących metod zbierania i badania netloru, czy wreszcie ukazanie związanych z tym problemów etycznych, a także niektórych kwestii technicznych. W drugiej części książki zamieszczono osiem prac, które są rezultatem szczegółowych studiów nad konkretnymi tematami (katastrofa smoleńska) lub gatunkami (czastuszki, blogi, memy) internetowych form spontanicznej komunikacji czy też nad pewnymi szerszymi zjawiskami funkcjonującymi w obrębie cyberkultury (fandom, kultywowanie pamięci o zmarłych, praktyki recenzenckie, społeczności wirtualne), które ze względu na ich specyficzne cechy można traktować w kategoriach folkloru.

PIOTR GROCHOWSKI

Introduction: The People of Internet and their Folklore

(SUMMARY)

The introductory essay presents various theoretical concepts based on the common idea that the development of digital media – the Internet and Web 2.0. in particular – has been accompanied by a peculiar return to folk culture. This return would consist in the recipients of media no longer being passive consumers, but actively engaging and co-creating both meanings and messages. The communication activity of the Internet users is characterised by the majority of traditionally recognised folklore features, such as spontaneity, anonymity, repeatability and variantivity. The paper also touches upon the issue of the terminology of Internet folklore as well as the problems related to the definition of Internet folklore.