

Sytuacje folklorotwórcze: u źródeł antropologii mediów

Jedną z ważniejszych polskich propozycji „reformatorskich” w folklorystyce okazała się monografia Piotra Kowalskiego pt. *Współczesny folklor i folklorystyka. O przedmiocie poznania w dzisiejszych badaniach folklorystycznych* (1990), w której autor, jak to sam określił, dokonuje „uporządkowań pryncypialnych”, ostro występując przeciwko myśleniu „w kategoriach skansenowsko-cepeliowskich” i podkreśla — za Czesławem Hernasem — że „folklor jest po prostu częścią kultury, a więc musi być badany z punktu widzenia teorii kultury”¹. Ekspozuje tym samym konieczność zajęcia antropologicznej postawy wobec zjawisk folklorystycznych. Wprawdzie Piotr Kowalski odrzucił dotychczasowe pojmowanie przez folklorystykę kategorii ustności, ludowości i estetyczności, a momentami, jak to oceniła recenzentka jego monografii, „szydzi z tradycyjnego (?), potocznego (?), publicystycznego (?) pojmowania współczesnych przejawów tradycji folklorystycznej”², to jednak próbował znaleźć klucz do analizy folkloru współczesnego, choćby przez wskazanie produktywnych sytuacji folklorotwórczych decydujących o nowym synkretyzmie folkloru. Zresztą wątpliwości związane z pojmowaniem przez badaczy kategorii oralności już wcześniej sygnalizował Czesław Hernas:

Sądzę, że nawet przy analizie tekstów subkultury chłopskiej kryterium oralności nie da się utrzymać jako granica definicji, lecz tylko jako wewnętrzne narzędzie porządkowania przekazów — a coś dopiero, gdy przenieść to kryterium do analizy folkloru miejskiego, gdzie ulotny druk uliczny jest od dawna jedną z podstawowych form przekazu³. [wyróżn. — J.H.N.].

Piotr Kowalski wprowadził do swego „antropologicznego programu” kategorie komunikacyjne (sytuacyjne) kreujące aktywność twórczą będącą funkcjonalną kontynuacją tradycyjnego folkloru.

¹ P. Kowalski, *Współczesny folklor i folklorystyka. O przedmiocie poznania w dzisiejszych badaniach folklorystycznych*, Wrocław 1990, s. 21–22.

² T. Smolińska, [rec. P. Kowalski, *Współczesny folklor i folklorystyka...*], „Polska Sztuka Ludowa. Konteksty” 46, 1992, z. 1, s. 60.

³ C. Hernas, *Miejsce badań nad folklorem literackim*, [w:] *Problemy metodologiczne współczesnego literaturoznawstwa*, red. H. Markiewicz, J. Sławiński, Kraków 1976, s. 478.

Łączy owe sytuacje swoista „autentyczność”, „nieoficjalność” czy nawet „opozycyjność”, „kontestacyjność” wobec kultury oficjalnej. Są one wpisane w pierwszy układ kultury według terminologii Antoniny Kłoskowskiej — twierdził badacz. [...] Obserwacja współczesnych zachowań folklorystycznych musi respektować w zmienionej sytuacji społeczno-komunikacyjne twierdzenie P. Bogatytiewa o potrzebie społecznej akceptacji tekstów jako podstawowym warunkiem ich istnienia w obiegu folklorystycznym⁴.

Później, w innym miejscu, Piotr Kowalski doprecyzował sposób rozumienia sytuacji folklorotwórczej (produktywnej): „sytuacja folklorotwórcza stanowi zapis szczególnego komunikacyjnego spotkania, w którym ważne są zarówno »biografie« aktorów, ich kulturowe kompetencje, jak i kontekst sytuacyjny oraz to wszystko, co wynika z zaistniałego zdarzenia. To wszakże nowy społeczno-komunikacyjny fenomen”⁵ [wyróżn. — J.H.N.]. Warto tu przypomnieć, że również Czesław Hernas podkreślał znaczenie kompleksowego zapisu sytuacji folklorystycznej, zarzucając nawet badaczom „niedokładną znajomość praw żywego obiegu tekstów [...], zbieraczy bowiem od dawna interesują teksty, nie obiegi w ich jednorazowych, autentycznych realizacjach, wraz ze złożoną semiotyką wykonania, sytuacji i odbioru”⁶ [wyróżn. w oryginale].

Zważmy, że w gruncie rzeczy stanowisko takie zainicjowało proces porzucania paradygmatu literaturoznawczego folklorystyki, z czego na dobrą sprawę już dużo wcześniej zdawał sobie sprawę Julian Krzyżanowski, pisząc o potrzebie „wylimitowania folklorystyki z zakresu badań literackich” czy przewidując w przyszłości konieczność „pewnych modyfikacji metodologicznych” badań folklorystycznych⁷.

Po latach dyskusji na temat specyfiki badań folklorystycznych, przygotowując tom pt. *Nowe konteksty badań folklorystycznych*, poprosiłam Piotra Kowalskiego o ponowne podjęcie problematyki współczesnych badań folklorystycznych. Otrzymałam jego programową diagnozę, artykuł pt. *Folklorystyka na nowych obszarach: antropologia mediów*, który ukazał się niestety już po jego śmierci, ale nie stracił nic ze swej aktualności. Folklorystyka, jego zdaniem, powinna odegrać ważną rolę w kształtowaniu metod i metodologii antropologii mediów, która powinna „opierać się na analizach tekstowych, poszerzając maksymalnie rozumienie samego pojęcia tekstu przez potraktowanie go łącznie z całą, wieloelementową »sytuacją wykonawczą«⁸ bądź też wychodzić od jego osobliwego statusu i postaci w komunikacji medialnej. Konieczne jest dostrzeżenie i opisanie

⁴ P. Kowalski, *Współczesny folklor...*, s. 127–128.

⁵ P. Kowalski, *Poszukiwanie definicji tekstu folkloru: sytuacja folklorotwórcza*, „Zeszyty Naukowe WSP w Opolu. Filologia Polska” 31, 1993, s. 245.

⁶ C. Hernas, *op. cit.*, s. 477.

⁷ J. Krzyżanowski, *Folklorystyka w zasięgu badań naukowo-literackich*, [w:] *Szkice folklorystyczne*, t. 1. *Z teorii i dziejów folkloru*, Kraków 1980, s. 35.

⁸ Pojęcie przejęte od Rocha Sulimy, *Antropologia codzienności*, Kraków 2000.

tych nowych tekstów, w których słowo nie jest koniecznym elementem organizującym wypowiedź”⁹. Zwrócił też uwagę na konieczność uwzględnienia kontekstu społeczności wirtualnej w procesie analizy funkcjonowania w obiegu tych tekstów. Spróbujmy skonkretyzować możliwość wykorzystania folklorystyki na nowych obszarach badawczych — antropologii mediów.

Współczesny kontekst folkloru wyznaczają sytuacje znacząco różniące się od tradycyjnych sytuacji, ponieważ o ich specyfice decydują mass media, które nie tylko stały się jedną z dróg przekazywania folkloru¹⁰, ale mają też zdecydowany wpływ na przeobrażenia zachodzące w folklorze. Ponadto przejawiają one z wyjątkową mocą funkcję folklorotwórczą, której ekspansja dowodzi, że są one głównym elementem sytuacji produktywnych (folklorotwórczych); inspirują powstawanie spontanicznych sytuacji skłaniających do opowiadania oraz wpływają na przeobrażenia tradycyjnych form narracji ustnej.

Tu dygresja. Obieg ustny w kulturze należy postrzegać znacznie szerzej, niż to miało miejsce tradycyjnie: nie tylko jako efekt ujawniania się współcześnie tradycji folklorystycznej (czyli bezpośredniego, ustnego sposobu jej przekazu), lecz również jako naturalną potrzebę ekspresji jednostki, jej specyficznego sposobu bycia we własnej grupie, potrzebę opowiadania, dzielenia się z innymi własnymi odczuciami, emocjami, doświadczeniami, zasięgania rady, poznawania opinii — potrzebę utrzymującą się pomimo postępującej „presji cywilizacyjnej”. Oralność okazuje się zatem, jak to określił Roch Sulima, „pełnoprawnym humanistycznie” sposobem bycia w świecie. Narracyjny wymiar doświadczeń społecznych oznacza bowiem, że „opowiadanie służy osławianiu rzeczywistości, sytuuje w niej człowieka, może ją przewidywać, a nawet budować jako sferę wartości intelektualnych, wzruszeniowych czy emocjonalnych”¹¹. Kulturowy fenomen oralności polega przecież na tym, że nie jest ona tylko kategorią precyzyjnie „diagnozującą zjawiska folkloru”, ale również, a może przede wszystkim, staje się kryterium typologii kultur. Oralność jest bowiem nie tylko sposobem egzystencji — jednocześnie determinuje „sposób modelowania świata”, czyli stwarzania („porządkowania”) jego obrazu. Po prostu ustność nie jest tylko drogą transmisji kulturowej, ale także kategorią ontologiczną rozumianą jako pewien „styl poznawczo-bytowy”¹² (ludowy sposób bycia w świecie, kultura typu ludowego w interpretacji Ludwika Stommy). Tak pojmowana oralność, a więc jako niedająca się sprowadzić tylko do ustnego, bezpośredniego przekazywania tekstu, lecz dopuszczająca jednocześnie możliwość ujawniania swej specyfiki jako sposobu bycia w świecie i sposobu poznania (myślenia typu ludowego

⁹ P. Kowalski, *Folklorystyka na nowych obszarach: antropologia mediów*, [w:] *Nowe konteksty badań folklorystycznych*, red. J. Hajduk-Nijakowska, T. Smolińska, Wrocław 2011, s. 49.

¹⁰ L. Dégh, *American Folklore and the Mass Media*, Bloomington 1994.

¹¹ R. Sulima, *Dokument i literatura*, Warszawa 1980, s. 85.

¹² Por. J. Tokarska-Bakir, *Obraz osobliwy. Hermeneutyczna lektura źródeł etnograficznych. Wielkie opowieści*, Kraków 2000, s. 165.

w interpretacji Czesława Robotyckiego), a co za tym idzie „światotwórczego wymiaru tekstów folkloru jako tekstów obecnych w żywym społecznym obiegu”¹³ — dopuszcza możliwość realizacji przekazu również w formie pisanej (typograficznej), audiowizualnej oraz elektronicznej, zatem również konstruowania wypowiedzi przy użyciu narzędzi oferowanych przez nowe środki przekazu.

Na przykład narracyjne przekazy telewizyjne wpływają na przeobrażenia tradycyjnych form potocznej narracji ustnej. Wszak

telewizja, podobnie jak mit, pośredniczy i na swój sposób definiuje podstawowe kategorie i treści kultury świata codzienności [...] przekłada świat przeżywany na świat opowiadany. To właśnie w samym procesie opowiadania, koniecznej anonimowości opowiadania, maskowaną osobą opowiadającego, telewizja i mit są do siebie podobne¹⁴

— pisał angielski socjolog Roger Silverstone. Eksponując kategorię narracji telewizyjnej, kontynuującą archetypową tradycję przekazu ustnego, zwrócił on uwagę na utrwalanie przez telewizję „ciągłości i zdroworozsądkowości kultury”, czyli świata oswojonego, bezpiecznego, zdroworozsądkowego. Omawiając jego teorię, Ireneusz Siciński stwierdził między innymi:

w codziennym świecie pełnym zagrożeń, nieporządku i braku równowagi narracyjne przekazy telewizyjne, charakteryzujące się jednoznacznością, chronologią, wyrazistym zakończeniem, oferując odbiorcom logikę, pewność i rozwiązanie codziennych problemów życia. Podobne są zatem do pradawnych ustnych opowieści stanowiących podstawę kultury ludowej¹⁵.

Pojawiające się w mediach mechanizmy myślenia charakterystycznego dla kultury typu ludowego potwierdzają, jak pisze Stomma,

mityczne i symboliczne doświadczenie świata jest stałym i rudymenarnym składnikiem życia ludzkiego, a opozycja sacrum–profanum równoznaczna jest w swej istocie opozycji rzeczywiste–nierzeczywiste (sensowne–bezsensowne). [...] Innymi słowy życie ludzkie rozgrywa się jak gdyby w dwóch wymiarach — doczesnym i sakralnym, przy czym wymiar doczesnego świata i s i ę o tyle tylko ma sens, o ile partycypuje w wieczności — relacjonuje i powtarza archetypiczną historię świętą¹⁶ [wyróżn. — J.H.N.].

Współczesna antropologia mediów coraz większą uwagę zwraca na aktywność publiczności skupionej wokół mass mediów, eksponując sposób odbioru treści przez nią przekazywanych oraz ich interpretacji i rozumienia. Kulturowe wyznaczniki postrzegania i interpretowania treści polegają bowiem głównie na ich indygenizacji, to znaczy nadawaniu sensu globalnym treściom przez „sprowadzanie” ich do zrozumiałego „oswojonego” obrazu (wizji) świata. Proces ten

¹³ J. Kajfosz, *Folklor jako tekst w obiegu i jego potencjał konstruowania rzeczywistości*, [w:] *Nowe konteksty badań folklorystycznych...*, s. 51.

¹⁴ R. Silverstone, *Telewizja a kultura*, przeł. W. Kalaga, M. Trela, „Przekazy i Opinie” 1986, nr 2–3, s. 51 i 57.

¹⁵ I. Siciński, *Rogera Silverstone’a wprowadzenie do strukturalnej analizy przekazu telewizyjnego*, „Przekazy i Opinie” 1986, nr 2–3, s. 71.

¹⁶ L. Stomma, *Antropologia kultury wsi polskiej XIX wieku*, Warszawa 1986, s. 116.

jednocześnie opiera się na popularyzowaniu w bezpośrednim obiegu treści przekazywanych przez mass media, interpretowaniu obrazów oraz idei — i jako taki staje się czymś naturalnym. Zjawisko to, nazywane przez socjologów kultury procesem dwustopniowego przepływu informacji (*two-step-flow*), szczególnie widoczne jest w trakcie przekazywania informacji społecznie ważnych, inspirujących wyobraźnię i atrakcyjnych. Rodzi się wówczas potrzeba pogłębienia informacji, przedyskutowania jej z innymi, uzgodnienia sposobu jej oceny i interpretacji, osadzenia w znanej (oswojonej) tradycji.

Wszystkie, bardzo zróżnicowane zresztą, treści przekazywane przez media podlegają już w trakcie ich przyswajania lokalnemu (środowiskowemu) zróżnicowaniu (kulturowemu usytuowaniu). Aby prześledzić ten proces środowiskowego uzgadniania sposobu rozumienia (przyswajania) treści, należy uwzględnić perspektywę folklorystyczną przy analizowaniu takiego właśnie procesu komunikowania. Cała zbiorowość bowiem (konkretne audytorium mediów) dysponuje wspólnotą informacyjną, wytworzoną oczywiście przez środki masowego przekazu (w rozumieniu Stuarta Allana kulturę newsów). Każda nowa wiadomość z miejsca wchodzi w relacje z innymi, obecnymi już w obiegu. Zwłaszcza interesujące jest śledzenie „obróbki” wydarzeń będących efektem zapośredniczonego medialnie doświadczenia, kiedy wydarzenia „z miejsc odległych” są przyswajane przez umieszczenie ich w „praktycznych kontekstach życia codziennego”¹⁷. W efekcie tego procesu cała obserwowana (analizowana) zbiorowość dysponuje już nie tylko wspólnotą informacyjną, lecz również wspólnotą wyobraźni, która oczywiście ma „rodowód” globalny¹⁸.

Mówiąc o medialnym kontekście współczesnego folkloru, trzeba jednak przede wszystkim zwrócić uwagę na ważną kulturotwórczą rolę internetu, który ma znaczący wpływ na kształtowanie się nowego paradygmatu folkloru¹⁹. Wszak gdyby internet nie służył przede wszystkim konwersacji, to proces jego „wchodzenia” w kulturę trwałby zapewne znacznie dłużej, a tak cała codzienna paplanina, gawędzenie, plotkowanie, niezliczona ilość zwierzeń czy porad wdarły się szturmem do wirtualnego świata, by wspomagać proces współtworzenia wirtualnego sąsiedztwa. Oczywiście, mowę trzeba było „upięmiennić”, ale i tak na tyle skutecznie symuluje ona konwersację typu *face-to-face*, że teoretycy określają ją mianem wtórnej oralności. Walter J. Ong pisał przed laty:

Oralność wtórna jest zarówno uderzająco podobna, jak i uderzająco niepodobna do oralności pierwotnej. Oralność wtórna generuje tak jak oralność pierwotna silne poczucie wspólnoty,

¹⁷ J.B. Thompson, *Media i nowoczesność. Społeczna teoria mediów*, przeł. I. Mielnik, Wrocław 1998, s. 225.

¹⁸ Por. A. Appadurai, *Nowoczesność bez granic. Kulturowe wymiary globalizacji*, przeł. Z. Pucek, Kraków 2005.

¹⁹ J. Hajduk-Nijkowska, *E-folklor. Rola internetu w powstawaniu zjawisk folklorystycznych*, [w:] *Nowe media i komunikowanie wizualne*, red. P. Francuz, S. Jędrzejowski, Lublin 2010; *Netlor. Wiedza cyfrowych tubylców*, red. P. Grochowski, Toruń 2013.

bowiem słuchanie słowa mówionego czyni ze słuchaczy wspólnotę, prawdziwe audytorium [...]. Oralność wtórna generuje wszakże poczucie wspólnot nieskończenie większych od grup pierwotnej kultury oralnej — ową globalną wioskę McLuhana²⁰.

Ale, co dla folklorysty ważniejsze, sami użytkownicy internetu odbierają kontakt *interface-to-interface* jako „prawdziwą” rozmowę w sieci. Wojciech Burszta jednoznacznie skomentował sytuację uczestnika rzeczywistości wirtualnej:

nie mogę widzieć rozmówcy jako osoby z krwi i kości, ale widzę ją poprzez to, co zapisała i przesała do mnie, do innych, w cyberprzestrzeń. Język wirtualny jest zatem także zastępnikiem nie tylko języka naturalnego, ale i wyrazem nadziei, że spotkanie z drugim człowiekiem zawsze jest możliwe²¹ [wyróżn. — J.H.N.].

Internet wymaga zatem nie tylko swoistego „upięsmiennienia mowy”, ale i „równoczesnej oralizacji pisma”²², inspiruje zatem również do aktywnego używania w e-konwersacji elementów ikonograficznych oraz audiowizualnych.

Wykorzystanie — niemal w naturalny sposób — internetu do przekazywania treści typowych dla tradycyjnego folkloru dowodzi, iż jego nosiciele zdobyli dostęp do technicznych środków umożliwiających elektroniczną komunikację oraz osiągnęli umiejętności sprawnego posługiwania się nimi. Arjun Appadurai w rozwoju elektronicznej komunikacji dostrzegał

zaczątek procesu wytwarzania sąsiedztw wirtualnych, zdefiniowanych już nie przez terytorialne granice, paszporty, podatki, wybory i inne konwencjonalne polityczne kryteria, lecz przez dostęp do oprogramowania i sprzętu, które są niezbędne, by włączyć się do rozległych międzynarodowych sieci komputerowych²³ [wyróżn. w oryginale].

Sąsiedztwa wirtualne w praktyce pełnią funkcję typową dla realnej lokalnej społeczności. I co najważniejsze, treści funkcjonujące dotąd poza siecią przenikają do internetu jako coś zupełnie oczywistego, „poddają się” jednocześnie z powodzeniem internetowej inspiracji, a to decyduje o wzbogaceniu jakościowym ich formuły i — niemal nieświadomym dla samych internautów — współtworzeniu społecznościowego wymiaru nowych mediów. Jest to najbardziej pasjonujące wyzwanie dla współczesnych badań folklorystycznych.

Nowe technologie umożliwiły ludziom znacznie bogatsze aktywne uczestnictwo w procesie odbioru treści, pobudziły ich do samotworzenia, zainspirowały pomysłami: „ludzie kształtują technologię, by dopasować ją do swoich potrzeb”²⁴. W nowych realiach tradycyjne formy tworzenia z powodzeniem odnajdują się w zaoferowanych człowiekowi nowych możliwościach, stare i nowe media coraz

²⁰ W. Ong, *Oralność i piśmienność. Słowo poddane technologii*, przeł. J. Japola, Lublin 1992, s. 183.

²¹ W. Burszta, *Różnorodność i tożsamość. Antropologia jako kulturowa refleksyjność*, Poznań 2004, s. 145.

²² M. Górska-Olesińska, *Trwałe konwersacje. Wirtualna realia Sieci jako rzeczywistość w konwersacji*, [w:] *Estetyka wirtualności*, red. M. Ostrowicki, Kraków 2005, s. 458.

²³ A. Appadurai, *op. cit.*, s. 288.

²⁴ M. Castells, *Spółczesność w sieci*, Warszawa 2007, s. 368.

śmielej wchodzi w interakcje. „Tworzenie stało się dużo bardziej zabawne i znaczące” — twierdzi Henry Jenkins — bo to same media decydują o tym, „w jaki sposób je konsumujemy”²⁵. W swojej przywołanej tu już ostatniej pracy Piotr Kowalski, uzasadniając wejście folklorystyki w przestrzeń badawczą antropologii mediów, stwierdził między innymi:

nowe media przepracowują logikę i standardy kultur lokalnych, a więc takich, które były przedmiotem zainteresowania tradycyjnej etnologii [zatem] postrzeganie mediów jako praktyki społecznej prowadzi do rozważań nad tym, jak media wyzwalały potencjalne aktywności, jakie uruchamiają stratyfikacje, jakie i jak eksplorują źródła wyobraźni²⁶.

Dopowiedzmy tu jeszcze dla porządku, że do internetu trafiły przede wszystkim teksty o najdłuższej folklorystycznej tradycji, których analiza wyraźnie ujawnia technologiczną internetową inspirację postępujących modyfikacji i zmian, na przykład łańcuszki szczęścia, legendy miejskie (*urban legends*), które zyskały natychmiastowy globalny krąg odbiorców, teorie spiskowe wyrastające z przekonania o siłach tajemnych rządzących światem. Pojawiają się one przede wszystkim w momentach kryzysów politycznych, ataków terrorystycznych, katastrof, by przekonująco wyjaśnić przyczyny — celowo ukrywane przez władze — zaistniałych wydarzeń²⁷. Ludzie, nie dowierzając oficjalnym komunikatom, szukają „prawdziwych” przyczyn, chcą wiedzieć, co się naprawdę wydarzyło, a internet, „ten informacyjny bazar”, pozwala znaleźć to, czego ludzie oczekują, w co wierzą, co jest, w ich mniemaniu, zgodne z prawdą, a więc „kierują się tymi samymi motywacjami co w komunikacji bezpośredniej”²⁸. Zresztą wiele innych zjawisk wyrastających z tradycyjnego folkloru z powodzeniem „zadomowiło się” w internecie, o czym świadczą chociażby powstające w szybkim tempie portale obrastające grupami wirtualnych pasjonatów: jak na przykład o trudnych do wyjaśnienia zdarzeniach, o spotkaniach z istotami pozaziemskimi, o tajnych spiskach przeciwko ludzkości, nie wspominając już o witrynach plotkarskich (czasami bardzo agresywnych), a nawet oferujących magiczne czynności (rzucanie uroków lub klątw na wskazane osoby, odczynianie uroków, wyjaśnianie znaczenia snów). Realizowaną na tych portalach komunikację internetową można współcześnie uznać, zdaniem słowackiej badaczki Zuzany Pančovej, „za skuteczny substytut, czyli alternatywę spontanicznego, nieformalnego ustnego opowiadania”²⁹.

²⁵ H. Jenkins, *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, przeł. M. Bernatowicz, M. Filiciak, Warszawa 2007, s. 131.

²⁶ P. Kowalski, *Folklorystyka na nowych obszarach...*, s. 45.

²⁷ Dogłębnie przeanalizował to Stuart Allan, *Kultura newsów*, przeł. A. Sokołowska, Kraków 2006, s. 177–200.

²⁸ Z. Pančová, *Konšpiračné teórie na stránkach internetu*, „Slovenský národopis” 2005, nr 2, s. 157.

²⁹ Z. Pančová, *Súčasná povesti a famy vo svetle folkloristických výskumov*, [w:] *Folklór a komunikácia v procesoch globalizácie*, red. E. Krekovičová et al., Bratislava 2005, s. 28.

Bez wątpienia powstanie e-folkloru to efekt znaczącej roli kulturotwórczej internetu, który jednocześnie stawia przed folklorystami nowe wyzwania. Twórczą aktywność internautów przeanalizował między innymi amerykański folklorysta Robert G. Howard, który zresztą uważa, że

nowe media mogą mieć bardziej folklorystyczny charakter niż stare media, ponieważ większość komunikacji online stanowi proces, a nie statyczny element. Gdy procesy te zachodzą w dynamicznym dyskursie sieci, powodują powstanie [...] stref kontestacji, w których „ścierają się kultury narodowe, masowe i ludowe”³⁰.

Siła owej oddolnej aktywności twórczej (oddolnej konwergencji w rozumieniu Henry’ego Jenkinsa) wynika z tego, że

zachodzi [ona] w umysłach pojedynczych konsumentów i poprzez ich społeczne interakcje z innymi konsumentami. Każdy z nas tworzy swoją własną osobistą mitologię z części oraz fragmentów informacji wyłuskanych ze strumienia mediów i przekształconych w zasoby, dzięki którym nadajemy sens naszemu życiu codziennemu³¹.

Te nowe formy uczestnictwa w sieci obecne są na różnych stronach internetowych, wokół których skupiają się społeczności osób podobnie myślących i mających wspólne oczekiwania. „Oczekiwania te nie powstają w formie zinstytucjonalizowanej i nie są produktem kultury masowej. Są one produktem ruchu oddolnego, napędzanego aktywnością zwykłych użytkowników [wyróżn. w oryginale]”³² — dopowiada Howard, który dyskurs online tworzony na bazie sieci internetowej nazywa dialektem sieci charakteryzującym się hybrydowością treści.

Chociaż hybrydowość utrudnia dokumentowanie i analizę komunikacji online — pisze dalej Howard — badacze folkloru są szczególnie dobrze przygotowani do takich zadań, ponieważ zajmują się oni właśnie takimi treściami, które wychodzą ze źródeł lokalnych, indywidualnych, nieformalnych, aby wejść do przestrzeni znaczeń wspólnych dla całej społeczności. [...] Pojęcie kultury dialektu należy postrzegać wyłącznie jako różne od elementów masowych, oficjalnych i instytucjonalnych³³.

Folklorysta zatem, który zawsze znajdował się na pograniczu oficjalności i nieoficjalności, analizował teksty znajdujące się w obiegu i nie mógł nie dostrzegać wzajemnych relacji zachodzących pomiędzy obiegiem medialnym a folklorystycznym — w dobie zaistnienia komunikacji online musi wyeksponować przede wszystkim nieustannie trwające dynamiczne procesy komunikacji w „dialekcie sieci”, będące efektem realizowania wspólnych potrzeb, oczekiwań, doświadczeń i emocji. Po prostu nie można owych dynamicznych procesów redukować do zestawu statycznych tekstów, wymaga to zatem — powtórzę za Howardem —

³⁰ R.G. Howard, *Electronic Hybridity: The Persistent Processes of the Vernacular Web*, „Journal of American Folklore” 121, 2008, s. 200.

³¹ H. Jenkins, *op. cit.*, s. 9.

³² R.H. Howard, *op. cit.*, s. 194.

³³ *Ibidem*.

analizowania procesu tworzenia narracji, a nie pozostania na etapie rejestrowania zapisów (komentarzy) jako samodzielnych form narracji/wypowiedzi. „Jeżeli zmienimy przejście z obiektu medialnego na trwałe procesy — postuluje Howard — badacze folkloru będą w stanie dokumentować dużo bardziej skomplikowane i znaczące zjawiska”³⁴.

Co ważne, podobną refleksję sformułował Piotr Kowalski, uzależniając możliwość zaistnienia współczesnej folklorystyki na nowych obszarach (antropologii mediów) od wypracowania „zestawu praktycznych narzędzi poznawczych”:

Potrzebne jest wypracowanie nowej definicji tekstu, który wykracza poza materialne ograniczenia tradycyjnych form przekazu i budowy linearnego tekstu. Tekstowość świata wirtualnego jest tu najbardziej ekstremalnym przykładem. Kwestią dla folklorysty frapującą może być status tekstu w kulturze remiksów — czy technika remiksowania może być traktowana jako swoista analogia do wariantowości tekstów folkloru? Czy można ją potraktować [...] jako jeden z modeli współczesności?³⁵

Tym pytaniem zakończył Piotr swój ostatni tekst.

Podsumujmy: antropologicznie zorientowana folklorystyka patrzy globalnie na człowieka i jego aktywność twórczą, na ujawnianie emocji i zaangażowanie w proces samotworzenia i samorozumienia świata. Zresztą zawsze eksponowała wpływ systemów symbolicznych na rozwój jego osobowości. Folklor, co jednoznacznie (za Hernasem i Kowalskim) podkreślałam, jest po prostu częścią kultury, a to wymaga od badacza uwzględnienia wszelkich zmian zachodzących w tej przestrzeni (zwłaszcza globalnie zmediatyzowanej), determinujących zresztą sposób modelowania (porządkowania) świata również w sferze estetycznej. Folklorystyka prezentuje jednak odmienną perspektywę postrzegania, interpretowania współczesnych zachowań człowieka i dzięki temu może pomóc w badaniu potocznych światopoglądów, masowych psychoz (teorii spiskowych) czy procesów mityzacyjnych. Folklorystyka po prostu pomaga zrozumieć człowieka.

³⁴ *Ibidem*, s. 201.

³⁵ P. Kowalski, *Folklorystyka na nowych obszarach...*, s. 52.