

Medium

Czasopismo Koła Badaczy Nowych Mediów

CYFROWE NARRACJE

TEMAT NUMERU

Wpływ technologii na zdrowie psychiczne,
relacje i kulturę

NR 1/2025 | UNIWERSYTET ŁÓDZKI | ŁÓDŹ IX 2025

03

Od Redakcji

Patryk Kapa

**Aspekty wykorzystania chatbotów
w praktykach psychoterapeutycznych**

Wiktor Pola

10

**Zalgorytmizowana bliskość.
Jak technologia zmienia nasze związki**

Wiktoria Wośko

**Brudny kapitalizm a słoneczna utopia.
Solarpunk**

Angelika Paplicka

17

Co łączy *Skibidi Toilet* i kulturę ludową?

Leon Młynek

**Italian Brainrot. Nowy trend w mikrometra-
żowych formach audiowizualnych**

Amelia Kłysz

25

**Kocie dzieło sztuki postinternetowej
– *Hiro is Everywhere***

Kinga Bratkowska

The Sims 4

– gra, która sama się tworzy

Julia Żak

33

**Nie chodzi o pieniądze.
Piractwo jako problem dostępności i wygody**

Kornelia Gawdzik

Reymont w Internecie

Emilia Męczyńska

40

**Miniserialowe ekranizacje klasyki
literatury rosyjskiej**

Yaroslav Butenko

04

14

22

28

36

SPIS TREŚCI

Macie kontakt z „Medium”

Stało się! Oficjalnie możemy Was powitać na łamach naszego nowego czasopisma „Medium”. Po co to wszystko? Rok temu jako Koło Badaczy Nowych Mediów odczuliśmy brak tytułu popularnonaukowego, w którym studenci mogliby dzielić się pogłębionymi przemyśleniami na tematy związane z naszymi hobby. Według SJP PWN *medium* oznacza m.in. „to, za pośrednictwem czego są przekazywane lub wyrażane jakieś treści”¹. Chcemy tworzyć coś takiego dla Was, co przybliży Wam wszelkie nowemediaalne informacje czy ciekawostki, którym warto się przyjrzeć.

Co znajdziecie w debiutanckim numerze? Na początek podejmujemy temat chatbotów, które mogą pomóc w leczeniu urazów psychicznych. Wiedzieliście, że już istnieje technologia, która za pomocą chatbota może „udawać” Waszych bliskich, znajomych, którzy odeszli? Piszemy również o wpływie technologii na związki. Obecnie wiele relacji to nie przypadek, a wybór dokonany przez mechanizm aplikacji.

Mamy coś dla fanów *Simsów*. Dlaczego ta popularna gra różni się od reszty i jak duży wpływ mają na nią sami użytkownicy? Opisujemy także trend Italianbrainrot czy niebezpieczne zjawisko, w jaki sposób różni twórcy manipulują historią znanych polskich postaci jak np. Reymont. Być może i Wy padliście ofiarami takiej dezinformacji.

Mamy nadzieję, że nasze teksty sprawią, że na nowe media spojrzycie w innym sposób. Być może będzie to przyczynek do napisania kolejnego tekstu. Tym razem Waszego autorstwa. Życzymy miłej lektury i koniecznie podzielcie się swoim zdaniem na temat naszego projektu na naszych mediach społecznościowych.

Red. nac. „Medium” – Patryk Kapa

Opiekun: dr Monika Górską-Olesińska, Redaktorzy naczelni: Patryk Kapa & Wiktoria Wośko
Redakcja: Kinga Bratkowska, Kornelia Gawdzik, Natalia Kwaśniewska, Leon Młynek, Angelika Paplicka, Julia Żak, Emilia Męczyńska.

¹ *Medium*, https://sjp.pwn.pl/slowniki/medium.html#google_vignette [dostęp: 25.08.2025].

Aspekty wykorzystania chatbotów w praktykach psychoterapeutycznych

W dobie dynamicznego rozwoju technologii i powstawania kolejnych jej wytworów, badacze z wielu dziedzin takich jak: kulturoznawstwo, socjologia a nawet psychologia, obserwują szereg zwrotów kulturowych, zmieniających dotychczasowe postrzeganie badanych podmiotów. Swobodny dostęp do ogromnej ilości treści w mediach społecznościowych oraz jego wpływ na młodzież, stanowią niewyczerpane źródło tematów do badań naukowych. Zjawisko to analizowała między innymi grupa polskich suicydologów, szukających korelacji w częstotliwości korzystania z mediów, z liczbą zachowań suicydalnych wśród ich użytkowników¹. Powołując się na badania University of Pittsburg, amerykańscy badacze zaobserwowali, że korzystanie z mediów społecznościowych zwiększa potencjalne szanse na zachorowanie na depresję ponad dwukrotnie². Wspomniani suicydologzy sformułowali więc jasny wniosek: „wraz ze wzrostem czasu poświęconego na korzystanie z Internetu wzrasta ryzyko zachorowania na depresję wśród przebadanych osób w wieku 19-32 lata”³. Szeroki dostęp do narzędzi umożliwiających swobodną komunikację oraz – co za tym idzie – globalizujących procesy komunikacyjne, skutkuje pojawieniem się wszelkiego rodzaju zaburzeń psychicznych wśród użytkowników. W badaniach technologicznych poszukiwano jednak metod umożliwiających rozwiązywanie problemów natury psychicznej, a nie ich potęgowanie.

W latach 60. XX wieku, celem nowopowstałych technologii była użyteczność dla człowieka. Stworzono wtedy między innymi pierwszego chatbota, najogólniej rozumianego jako „oprogramowanie, zdolne do konwersacji z człowiekiem”⁴. W tym przypadku należy nadmienić, iż pojęcie „konwersacja” funkcjonuje w wymiarze symulacyjnym, w rzeczywistości będąc przesyłanymi przez program fragmentami treści z bazy danych, których to dobór warunkowany jest występowaniem słów kluczowych w tekście użytkownika. Jednym z pierwszych znanych przykładów tego typu bota jest ELIZA, stworzona w Massachusetts Institute of Technology przez profesora Josepha Weizenbauma⁵. Program początkowo pełnił rolę symulatora rozmowy z psychoterapeutą. Był to prosty system, operujący na wyszukiwaniu słów-kluczy i odpowiadaniu przygotowanymi schematami, skonstruowanymi w myśl terapii rogeriańskiej. Pomysł wykorzystania programów informatycznych w leczeniu ludzkiej psychiki podejmował w późniejszym czasie

¹ M. Czakiert, K. Kurek, A. Kołcz, M. Szymanek-Pędzik, D. Kałka, W. Borowicz, K. Dorna, S. Ferenc, J. Gnus, *Media społecznościowe jako nowy, psychospołeczny czynnik ryzyka zachowań suicydalnych*, [w:] *W drodze do brzegu życia*, red. E. Krajewska-Kulak, Uniwersytet Medyczny w Białymstoku, Białystok 2019, s. 531.

² *Tamże*, s. 534.

³ *Tamże*, s. 540.

⁴ P. Wolski, *Ocena skutków implementacji inteligentnych chatbotów w aspekcie zarządzania zasobami ludzkimi*, „Marketing i Rynek/ Journal of Marketing and Market Studies” 2019, nr 12, s. 64.

⁵ A. Ogonowska, *Chatboty jako wyzwanie etyczne dla współczesnej psychoterapii*, „Sztuka Leczenia” 2019, s. 34.

Kenneth Colby, autor PERRY’ego, chatbota wcielającego się w rolę pacjenta z zaburzeniami paranoicznymi⁶. Zbiór programistycznego kodu wykorzystano wówczas nie po to, by leczyć poprzez symulację, a uczyć lekarzy, kreując konkretny rodzaj sztucznej konwersacji⁷.

Dlaczego chatboty?

Joseph Weizenbaum, tworząc ELIZĘ, zapoczątkował nowatorskie podejście do integracji informatyki z psychoterapią. Jego wynalazek stanowi jeden z pierwszych przykładów użycia chatbotów w tym kontekście, co nie było przypadkowym wyborem – rozwój podobnych technologii wynikał z rosnącej świadomości znaczenia zdrowia psychicznego. Początkowe wyobrażenia o sztucznej inteligencji koncentrowały się na utopijnych wizjach autonomicznych systemów, jednak w praktyce sztuczna inteligencja znalazła zastosowanie w obszarach wymagających interakcji i wsparcia psychologicznego. Chatboty, jako systemy konwersacyjne, mogą pełnić różne funkcje – od symulacji terapii po automatyzację obsługi klienta, co obecnie stanowi już pewnego rodzaju normę. Ich rozwój umożliwia precyzyjne dopasowanie do potrzeb użytkowników, eliminując bariery emocjonalne i zapewniając efektywność interakcji.



W kontekście psychoterapii chatboty wykazują wysoką użyteczność jako narzędzia wspierające. Ich zdolność do analizy konwersacji i adaptacji do użytkownika umożliwia symulację terapeutycznej rozmowy, co może wspomagać proces radzenia sobie z problemami psychologicznymi. Brak konieczności generowania obrazu czy dźwięku sprawia, że chatboty są jedną z najbardziej dostępnych form komunikacji ze sztuczną inteligencją, zachowując przy tym wysoki stopień interakcyjności i skuteczności. Co więcej, tego typu program funkcjonuje poza jakimkolwiek warunkowaniem

geograficznym lub czasowym. Dostęp do tego oprogramowania użytkownicy mają zawsze, kiedy tylko go potrzebują. Chatboty w swoją specyfikę wpisany mają szeroki wybór afordancji, których odpowiednie dostosowanie przez korzystającego człowieka skutkuje konkretnym efektem. Taki stan rzeczy pozostawia konsumentom kwestię wybrania pożądanego motywu, w zależności od własnych potrzeb i oczekiwań.

Przykładowy motyw wykorzystania – historia Eugenii Kuydy

Ze względu na charakterystykę i dostępność chatbotów w dziedzinie psychoterapii, istnieje szereg zalet, skłaniających odbiorców do skorzystania z tego typu metod terapeutycznych. Pomijając

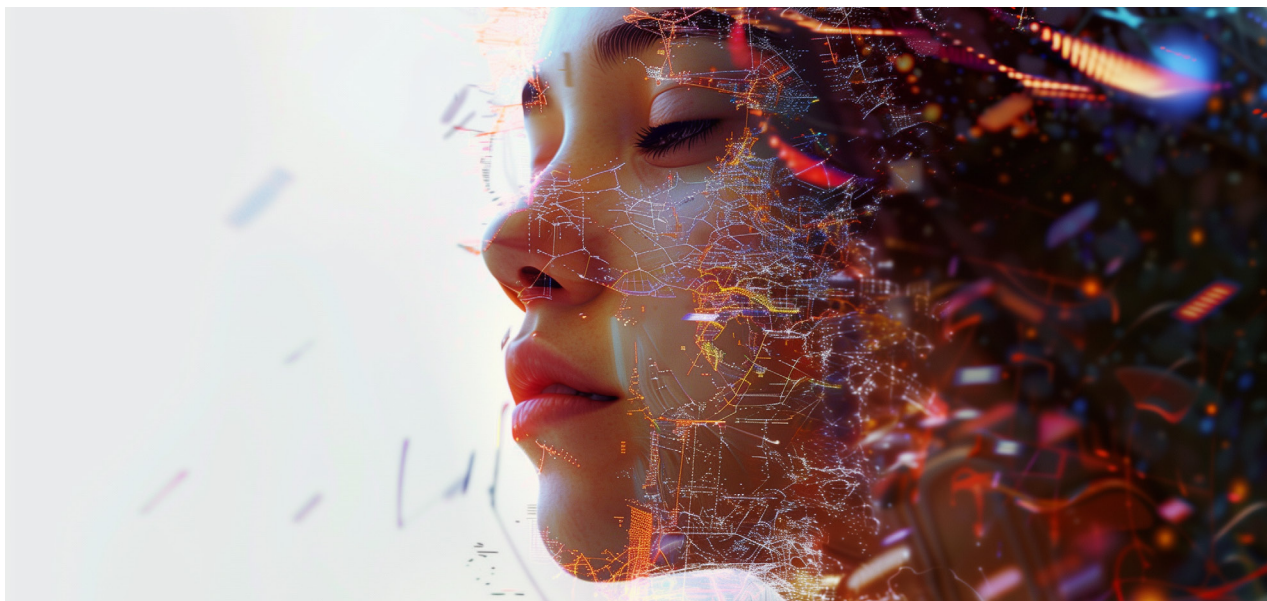
⁶ A. Ogonowska, *dz. cyt.*, s. 34.

⁷ *Tamże.*

aspekty takie jak oszczędność czasu, uniwersalność miejsca i kontekstu konwersacji oraz wszelkie determinanty finansowe, należy wyróżnić też sytuacje, w których nie sposób zastąpić tego typu oprogramowania.

Rolę chatbotów w psychoterapii idealnie obrazuje historia Eugenii Kuydy, która w swoim życiu doświadczyła prywatnej tragedii. Jej wieloletni przyjaciel, Roman Mazurenko zginął w wyniku potrącenia przez samochód, przez co kobieta zaczęła bardzo szybko podupadać na zdrowiu psychicznym. Kuyda była do niego wyjątkowo przywiązana – mieszkała z nim, dzieliła swoje pasje oraz spędzała wiele czasu. Ze względu na tęsknotę postanowiła więc zlecić stworzenie chatbota, symulującego postać przyjaciela. Na podstawie wiadomości Romana do rodziny i znajomych z różnych komunikatorów chatbot (opierający się na działaniu modułu GPT-3) wygenerował odwzorowanie zmarłego Romana Mazurenki. Kobieta spędzała bardzo dużo czasu na symulowanych konwersacjach z botem, ponieważ wierzyła, że dzięki temu poprawi swój stan psychiczny. Jednocześnie dowiadywała się o zmarłym nowych faktów⁸. Chciała przekazać przyjacielowi „to, czego nie zdążyła mu powiedzieć”⁹. Jak jednak twierdzi, zgłębiła wiedzę głównie o samej sobie – swoim charakterze, zachowaniu i przyzwyczajeniach¹⁰.

Kuyda postanowiła powszechnie udostępnić chatbota, co spotkało się z wieloma kontrowersjami wśród członków rodziny – część z nich twierdziła, że odczuwa duży dyskomfort



w kontakcie ze zmarłym człowiekiem, którego bardzo dobrze znali za życia (znaczy to więc, że system wyjątkowo wiernie odwzorowywał zmarłego)¹¹. Ostatecznie okazało się jednak, że ludzie korzystający z bota piszą do niego nie po to, aby porozmawiać z Mazurenką, a żeby przeprowadzić

⁸ Dama Kier, *Duch zamknięty w aplikacji*, <https://www.youtube.com/watch?v=QizCpw3gw3Q> [dostęp: 05.04.2025].

⁹ Quartz, *The story of Replika, the AI app that becomes you*, <https://www.youtube.com/watch?v=yQGqMVuAk04> [dostęp: 05.04.2025].

¹⁰ *Tamże*.

¹¹ Dama Kier, *Duch zamknięty...*

niezobowiązującą konwersację ze znajomym¹². W ten sposób Kuyda postanowiła umożliwić tworzenie różnego rodzaju internetowych postaci, dzięki którym ludzie zmagający się z samotnością, odrzuceniem, czy też śmiercią bliskiej osoby będą mogli stopniowo wracać do normalności. Tak powstał program Replika - wirtualny chatbot (obecnie, zawierający również warstwę wizualną), będący symulacją przyjaciela, rozmówcy, terapeuty, partnera oraz innych osób, których nieobecność niesie negatywne skutki u użytkownika.

Początkowa wersja programu Replika to przykład wykorzystania podobnego schematu technologicznego co u Weizenbauma i Colby'ego, jednakże w zupełnie innym kontekście. Podłoże psychoterapeutyczne oparte jest tutaj na idei *role-playingu*. Podobny motyw wykorzystują chociażby praktyki teatroterapeutyczne (ang.: *dramatherapy*), skupiające się na samopoznawczych walorach odgrywania roli¹³. Praktyki te jednak dotyczą bezpośrednio warunkowania określonego sposobu działania *strictie* pacjenta, głównie dziecka¹⁴. Kuyda wykorzystwała jednak *role-playing* w zupełnie inny sposób, kreując postać oprogramowania-terapeuty, będącego jednocześnie aktorem. Poprzez imersję lub wolicjonalne zawieszenie niewiary, pacjent-użytkownik w tym przypadku jest w stanie odbyć konwersację ze zmarłą, bliską osobą, której nieobecność stanowi przyczynę zaburzeń psychicznych. Replika to przykład chatbota, dostarczającego potencjalne rozwiązanie problemu, któremu nie sposób zaradzić bez użycia nowoczesnych technologii. Należy jednak zaznaczyć, iż w przypadku wspomnianego programu użytkownicy miewali negatywne odczucia konwersacyjne z modelem sztucznej inteligencji, spowodowane jego wadliwym działaniem¹⁵.

Problemy chatbotów w psychoterapii

Temat wykorzystywania sztucznej inteligencji w sytuacji terapeutycznej jest wyjątkowo zawiły i złożony. W przestrzeni publicznej łatwo znaleźć zarówno zwolenników, jak i przeciwników wykorzystywania tego typu metod. W ramach publicznej dyskusji o zaletach tych technologii, często wykorzystuje się wątek zwalczania samotności w czasach pandemii COVID-19. W istocie jednak należy pamiętać, że kontakt z chatbotem bywa zwykle modelem wyjątkowo hierarchicznym. Bot przybiera dość chłodne i pasywne podejście do rozmówcy – zadaje pytania, odpowiada na takowe lub proponuje



¹² Quartz, *The story of Replika, the AI app that becomes you*, <https://www.youtube.com/watch?v=yQGqMVuAk04> [dostęp: 05.04.2025].

¹³ D. Davis, S. Alexanian, *Role-playing recovery in social virtual worlds: Adult use of child avatars as PTSD therapy*, „Computer Methods and Programs in Biomedicine Update” 2024, nr 5, s. 2.

¹⁴ Tamże.

¹⁵ Dama Kier, *Duch zamknięty...*

nowe tematy, podczas gdy człowiek przyjmuje pozycję swego rodzaju moderatora – to właśnie on, w głównej mierze decyduje w jaki sposób będzie przebiegał dialog.

Model ten nie ma więc bezpośredniego przełożenia na rzeczywisty kontakt międzyludzki. Takie aspekty jak humor, sarkazm, charakter oraz odczuwane emocje mogą być jedynie mniej lub bardziej wiarygodne w przypadku dialogu z botem. W dodatku, taka rozmowa zupełnie eliminuje kluczowe aspekty konwersacji w przestrzeni fizycznej, takie jak mimika, gesty, postawa, ton głosu, czy też kontakt wzrokowy. Modele konwersacyjne typu bot-człowiek nie tylko nie są adekwatnym odwzorowaniem relacji międzyludzkiej, ale i mogą stanowić pewnego rodzaju niebezpieczeństwo, kreując fałszywy obraz dialogu. Sama sytuacja terapeutyczna powinna przede wszystkim odbywać się między ludźmi. Standardowa konsultacja psychoterapeutyczna opiera się na kontakcie z innym człowiekiem – wówczas terapeuta jest w stanie dokładniej ocenić stan pacjenta – chociażby poprzez wgląd w jego niewerbalne akty mowy. Nie sposób więc jednoznacznie ocenić wykorzystania terapeutycznych chatbotów. Oprogramowania symulujące konwersacje niewątpliwie jednak wprowadzają nowe zagadnienia w kontekście nauk psychologicznych, zmieniając perspektywę zarówno psychologów, terapeutów jak i pacjentów.

Podsumowanie

Wynalazki Weizenbauma, Colby’ego i Kuydy to zaledwie część badań nad wykorzystywaniem chatbotów w psychoterapii. Obecne oprogramowania sztucznej inteligencji pozwalają na przeprowadzenie rozmaitych symulacji konwersacyjnych, będących wiernymi i efektywnymi odwzorowaniami prawdziwych rozmów. Popularny obecnie model *GPT-4o* po wprowadzeniu prośby o przeprowadzenie sesji terapeutycznej, wyraźnie zaznacza swoje niedostateczne kompetencje i brak uprawnień do prowadzenia takowych sesji. Jednak walory terapeutyczne posiadać może zwykła rozmowa z drugim człowiekiem (lub w tym przypadku podmiotem)¹⁶. Implementowanie tego typu rozwiązań do wyjątkowo szerokiego kontekstu rozwoju i leczenia ludzkiej psychiki wydaje się więc zadaniem wyjątkowo trudnym i złożonym, jednak kompletnie naturalnym i zrozumiałym. Technologia bowiem od wieków rozwiązywała ludzkie problemy – tak też w obliczu wzrastającej świadomości dotyczącej występowania zaburzeń psychicznych poszukuje się rozwiązania, wykorzystującego oprogramowanie i kolejną innowację. Chatboty swój potencjał zastosowania w psychoterapii ukazały już w drugiej połowie XX wieku. Istnieje więc szansa, że ich dalszy rozwój we wspomnianym kierunku będzie w przyszłości procesem długotrwałym i angażującym.

¹⁶ A. Popiel, B. Zawadzki, *Psychoterapia – quo vadis?*, „Nauka” 2023, nr 3, s.63.

Bibliografia

Czakiert M., Kurek K., Kołcz A., Szymanek-Pędzik M., Kałka D., Borowicz W., Dorna K., Ferenc S., Gnus J., *Media społecznościowe jako nowy, psychospołeczny czynnik ryzyka zachowań suicydalnych*, [w:] *W drodze do brzegu życia*, red. E. Krajewska-Kułak, Uniwersytet Medyczny w Białymstoku, Białystok 2019.

Dama Kier, *Duch zamknięty w aplikacji*, <https://www.youtube.com/watch?v=QizCpw3gw3Q> [dostęp: 05.04.2025].

Davis D., Alexanian S., *Role-playing recovery in social virtual worlds: Adult use of child avatars as PTSD therapy*, „Computer Methods and Programs in Biomedicine Update” 2024, nr 5.

Ogonowska A., *Chatboty jako wyzwanie etyczne dla współczesnej psychoterapii*, „Sztuka Leczenia” 2019.

Popiel A., Zawadzki B., *Psychoterapia – quo vadis?*, „Nauka” 2023, nr 3.

Quartz, *The story of Replika, the AI app that becomes you*, <https://www.youtube.com/watch?v=yQGqMVuAk04> [dostęp: 05.04.2025].

Wolski P., *Ocena skutków implementacji inteligentnych chatbotów w aspekcie zarządzania zasobami ludzkimi*, „Marketing i Rynek/ Journal of Marketing and Market Studies” 2019, nr 12.



Zalgorytmizowana bliskość

Jak technologia zmienia nasze związki

Jeszcze kilkanaście lat temu większość znajomości przeradzała się w związki dzięki interakcjom w pracy, na uczelni czy w klubie. Dziś coraz częściej pierwszym kontaktem z drugim człowiekiem jest wirtualny profil. Aplikacje randkowe zrewolucjonizowały sposób, w jaki poznajemy nowych ludzi – to już nie przypadek, lecz wynik działania skomplikowanych algorytmów. Choć korzystanie z aplikacji randkowych wydaje się prostą czynnością, w końcu to tylko: kilka zdjęć, parę zdań o sobie i szybkie interakcje, w rzeczywistości miłość staje się wynikiem chłodnej kalkulacji przeprowadzonej przez kod komputerowy. To zjawisko można określić mianem „zalgorytmizowanej bliskości” – nowego rodzaju relacji, w którym technologia staje się pośrednikiem naszych emocji, pragnień i wyborów miłosnych. Czy w świecie algorytmów zarządzanych przez wielkie korporacje znajdzie się miejsce na uczucia?

Jak działają algorytmy aplikacji randkowych?

Z pozoru aplikacje randkowe wydają się proste – kilka zdjęć, krótki opis i przesunięcie w prawo lub w lewo. Jednak za kulisami działają skomplikowane systemy algorytmiczne, które analizują ogromne ilości danych i uczą się naszych zachowań. Ich celem nie jest wyłącznie znalezienie idealnego partnera, ale przede wszystkim utrzymanie odbiorcy jak najdłużej w aplikacji¹. Na początku użytkownik podaje podstawowe informacje: wiek, lokalizację, płeć, orientację seksualną czy preferencje dotyczące partnera. Są to dane „na wejściu”, które pozwalają algorytmowi odfiltrować osoby niespełniające minimalnych kryteriów. To dane, które tworzą „szkielet” systemu dopasowania. Badania pokazują, że choć dane te są istotne, to użytkownicy często traktują je elastycznie – np. deklarują, że szukają partnera w określonym wieku, ale w praktyce reagują także na osoby spoza tego zakresu. Dlatego same deklaracje nie wystarczą, by stworzyć precyzyjne dopasowanie².

Znacznie ważniejsze są dane, które użytkownik „zostawia” w aplikacji, często nieświadomie. Algorytmy rejestrują, jak często się loguje, ile czasu spędza na danym profilu, kogo akceptuje, a kogo odrzuca. Hutson, Taft, Barocas i Levy podkreślają, że to właśnie analiza zachowań, a nie deklaracji – pozwala systemowi budować bardziej wiarygodny obraz preferencji

¹ C. Lutz, G. Ranzini, *Where dating meets data: Investigating social and institutional privacy concerns on Tinder*, <https://doi.org/10.1177/2056305117697735> [dostęp: 15.07.2025].

² H. Karpova, *Fenomen social dating: strategie autoprezentacji*, https://www.researchgate.net/publication/347482348_Fenomen_social_dating_strategie_autoprezentacji [dostęp: 15.07.2025].

romantycznych³. Innymi słowy: algorytm ufa kliknięciom bardziej niż słowom. Na podstawie zgromadzonych danych systemy uczenia maszynowego przewidują, kto najbardziej się spodoba odbiorcy. Algorytm analizuje setki mikrointerakcji i na tej podstawie tworzy profil upodobań. Aplikacja randkowa Tinder w początkowych latach korzystała z tzw. Elo score – ukrytej punktacji atrakcyjności, obliczanej na podstawie tego, kto „lajkował” dany profil⁴. Dziś systemy te są jeszcze bardziej złożone, wykorzystując metody sztucznej inteligencji do przewidywania zgodności między użytkownikami.

Aplikacje randkowe nie tylko dopasowują użytkowników – one również wciągają. Proces swipe’owania został zaprojektowany w taki sposób, aby przypominał grę. Mechanizm nagrody zmiennej (tzw. *variable reward schedule*), znany z badań B.F. Skinnera nad zachowaniem zwierząt, sprawia, że użytkownik nigdy nie wie, kiedy otrzyma „matcha”. Każde dopasowanie wywołuje wyrzut dopaminy, co wzmacnia chęć dalszego użytkowania aplikacji. Korzystanie z Tindera aktywuje podobne mechanizmy uzależnienia jak w przypadku gier hazardowych. Choć może się wydawać, że aplikacje dają dostęp do nieograniczonej liczby potencjalnych partnerów, w rzeczywistości to algorytmy decydują, kogo widzimy. Filtry (np. lokalizacja, wiek, preferencje) zawężają pulę kandydatów, a algorytmy dodatkowo „podsuwają” osoby, które według przewidywań systemu mają największe szanse na wzajemny „match”. To prowadzi do powstawania swoistych baniek randkowych – użytkownik ma poczucie kontroli, ale w rzeczywistości jego wybory są kształtowane przez niewidoczny kod. Technologia standaryzuje doświadczenia intymne i upraszcza je do zestawu przewidywalnych wzorców, co może ograniczać spontaniczność w relacjach.



Zjawisko hazardu randkowego łączy się z tzw. FOMO (*fear of missing out*), czyli lękiem przed utratą potencjalnych szans – im więcej opcji oferuje aplikacja, tym trudniej użytkownikowi odłożyć telefon. Jednocześnie algorytmiczne środowisko sprzyja uprzedmiotowieniu: partnerzy postrzegani są w kategoriach „produktów” do oceny na podstawie zdjęcia i kilku słów w opisie. Szybkie decyzje dotyczące atrakcyjności przypominają mechanizmy konsumpcyjne, co może obniżać empatię i poczucie głębszej więzi. W efekcie część osób

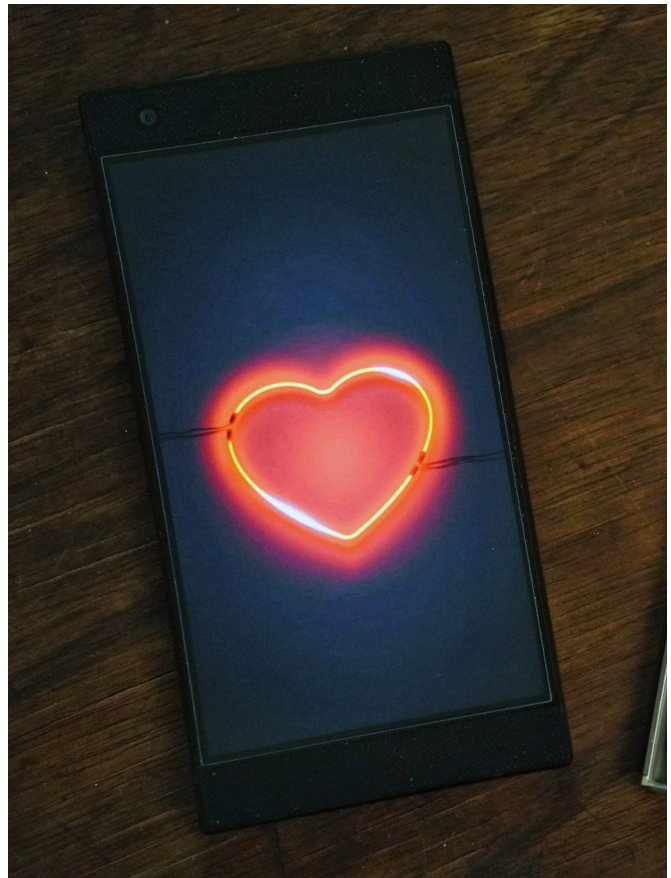
³ J. Hutson, J.G. Taft, S. Barocas, K. Levy, *Debiasing Desire: Addressing Bias & Discrimination on Intimate Platforms. Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, https://www.karen-levy.net/wp-content/uploads/2018/09/Debiasing_Desire_published.pdf [dostęp: 15.07.2025]..

⁴ A. Carman, *Tinder says it no longer uses a ‘desirability’ score to rank people*, <https://www.theverge.com/2019/3/15/18267772/tinder-elo-score-desirability-algorithm-how-works> [dostęp: 15.07.2025].

doświadcza frustracji i wypalenia randkowego (*dating burnout*), podczas gdy inni przyzwyczajają się do ciągłego „przewijania” w poszukiwaniu idealnego dopasowania. Choć aplikacje ułatwiają nawiązywanie kontaktów, ich psychologiczne konsekwencje ujawniają, że algorytmiczna logika nierzadko stoi w sprzeczności z autentycznym doświadczeniem bliskości.

Rozwój aplikacji randkowych wprowadził istotną zmianę w sposobie budowania relacji międzyludzkich – od dawnych, lokalnych i często przypadkowych spotkań do globalnej sieci kontaktów, w której algorytmy pełnią rolę pośredników. W środowisku cyfrowym to właśnie systemy informatyczne śledzą nasze interakcje, decydując, kogo zobaczymy i z kim będziemy mieli szansę nawiązać relację. W ten sposób kod przejął funkcję dawnych „swatów” - w kulturach tradycyjnych rolę tę pełniły rodziny czy przyjaciele, dziś zastępuje ich bezosobowy algorytm. Ta zmiana nie dotyczy jedynie sposobu poznawania ludzi, ale także języka, jakim wyrażamy emocje. W cyfrowych interakcjach romantycznych coraz większe znaczenie mają emoji, krótkie biogramy czy szybkie reakcje na zdjęcia, które zastępują długie rozmowy czy listy charakterystyczne dla wcześniejszych epok. Nowa „ekonomia uwagi” sprzyja komunikacji zwięzłej, wizualnej i natychmiastowej, co wpływa na kształtowanie się bardziej powierzchownych form ekspresji uczuć. W efekcie relacje romantyczne stają się elementem szerszej transformacji kultury intymności, w której bliskość zostaje podporządkowana logice technologii i algorytmicznej selekcji.

Czy naprawdę to my wybieramy partnerów, czy może to algorytmy wybierają za nas? To pytanie staje się coraz bardziej aktualne w świecie, w którym cyfrowe systemy decydują o tym, kogo spotkamy i komu poświęcimy uwagę. Aplikacje randkowe zmieniły ramy poszukiwania bliskości, przekształcając spontaniczne spotkania w proces sterowany kodem i danymi. Jednak mimo tej technologicznej rewolucji potrzeba więzi, intymności i bycia zrozumianym pozostaje niezmienna. Człowiek nadal pragnie relacji, które wykraczają poza algorytmiczne kalkulacje – szczerych emocji, autentycznego kontaktu i bliskości, której nie da się w pełni zaprogramować. Ostatecznie więc technologia może wskazać drogę, ale to od nas zależy, jaką historię miłosną zdecydujemy się napisać.



Bibliografia

- Dziubinskaya L., Krasiejko M., Mińska W., Pławińska K., Prus M., Solecki H., *Miłość on-line. Charakter relacji użytkowników portali randkowych*, https://wsip.sggw.pl/uploads/filemanager/prace_student%C3%B3w/raport__portale_randkowe_23.pdf [dostęp: 06.04.2025].
- Karpova H., *Fenomen social dating: strategie autoprezentacji*, https://www.researchgate.net/publication/347482348_Fenomen_social_dating_strategie_autoprezentacji [dostęp: 15.07.2025].
- Hutson, J., Taft, J. G., Barocas S., Levy K., *Debiasing Desire: Addressing Bias & Discrimination on Intimate Platforms. Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, https://www.karen-levy.net/wp-content/uploads/2018/09/Debiasing_Desire_published.pdf [dostęp: 15.07.2025].
- Kultys J., Pietrzak K., Paska M., Katner N., Michalik F., *Relacje romantyczne w erze cyfrowej. Sposoby komunikacji, wyrażanie uczuć i definiowanie intymności w związku z powszechnym dostępem do narzędzi online*, Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie, Wydział Socjologii i Pedagogiki, Warszawa 2023.
- Carman A., *Tinder says it no longer uses a 'desirability' score to rank people*, <https://www.theverge.com/2019/3/15/18267772/tinder-elo-score-desirability-algorithm-how-works> [dostęp: 15.07.2025].
- Lutz C., Ranzini, G., *Where dating meets data: Investigating social and institutional privacy concerns on Tinder*, <https://doi.org/10.1177/2056305117697735> [dostęp: 15.07.2025].



Autorka: Wiktoria Wośko | Zdjęcia: Pixabay

Brudny kapitalizm a słoneczna utopia

Solarpunk

„Jesteśmy *solarpunkami*, bo odebrano nam optymizm i próbujemy go odzyskać.” – można przeczytać w pierwszym punkcie manifestu *The Solarpunk Community*. W erze powszechnie występujących chorób psychicznych, osamotnienia jednostek i ciągłych scenariuszy wojen atomowych trudno o pozytywną wizję przyszłości. Zanim zagłębimy się w technologiczną i kapitalistyczną rzeczywistość XXI wieku, warto przyjrzeć się jej całkowitemu przeciwieństwu. Czym jest *solarpunk*, dlaczego jest taki unikatowy i ważny w dzisiejszych czasach?

Dla większości ludzi *solarpunk* kojarzy się głównie z estetyką: rozległymi, zielonymi przestrzeniami i prostymi, robotycznymi urządzeniami – jeśli w ogóle słyszeli o tym nurcie. *Solarpunk* jest trudny do jednoznacznego zdefiniowania, ponieważ jest nowym zjawiskiem, wieloelementowym i rozproszonym. Najprościej mówić, że jest to ruch społeczny, który za wszelką cenę próbuje przeciwstawić się dystopijnym wizjom apokaliptycznej przyszłości². To jednak nie fantazja, lecz realistyczna odpowiedź na współczesne problemy.

Większość punkowych nurtów science fiction rozwija się w cieniu pesymizmu – cyberpunk przedstawia świat zdominowany przez megakorporacje, steampunk to fantazja o wiktoriańskiej erze rewolucji przemysłowej, dieselpunk ukazuje retrofuturystyczne, brudne światy powojenne. Wszystkie wizje sprowadzają się do umiejscowienia jednostki jako pionka w wielkiej grze swoich czasów. Gdzie więc pojawiła się iskierka nadziei?

Solarpunk jako termin pojawił się stosunkowo niedawno, bo na początku lat dwutysięcznych, ale jego korzeni można się doszukiwać o wiele wcześniej. Hipisowska walka z nadmierną eksploatacją



¹ The Solarpunk Community, *A Solarpunk Manifesto*, <https://theanarchistlibrary.org/library/the-solarpunk-community-a-solarpunk-manifesto>, [dostęp: 26.03.2025].

² The Solarpunk Community, *Solarpunk: Przewodnik referencyjny*, <https://medium.com/solarpunks/solarpunk-a-reference-guide-8bcf18871965>, [dostęp: 26.03.2025].

surówców naturalnych z lat sześćdziesiątych to podwaliny dla późniejszych rozważań nad przyszłością technologii i jej relacji z naturą. Odnawialne, samowystarczalne życie z ekologiczną architekturą jest odpowiedzią na nierówności i nieprzyjazne społecznościom założenia konsumpcjonizmu. Było to pokłosie rosnącej świadomości ekologicznej oraz nieufności wobec rządów i wszelkich korporacji.

Geneza nazwy – o statku, który zmienił wszystko

„Dlatego też, na cześć dziewiczego rejsu Beluga Skysails, chciałbym zaproponować nowy gatunek literacki: *solarpunk*.” – pobrzmiewają słowa jednego z blogerów na wordpress.com z 2008 roku³. W rozwijającej się później społeczności został uznany za pierwszą osobę, która użyła tego terminu⁴. Wspomniany Beluga Skysails to statek-hybryda napędzany prądami morskimi i wiatrem, ograniczał tym emisję spalin na długich dystansach. Załączkiem całej subkultury *solarpunku* nie jest więc jedynie natura, lecz także rozwijająca się technologia, pomysłowość i wizja harmonijnej hybrydyczności. „Nie wymyślisz nic bardziej *solarpunkowego*.” – podsumowuje swój pomysł autor bloga „The Republic of the Bees”, przytaczając wizje maszyn z książki Normana Spinrada *Songs From the Stars*⁵.

Napędzane helem, siłą nóg i wiatrem, latające maszyny stały się nieodłącznym elementem estetyki tego nurtu. Charakterystyczne dla *solarpunku* są też wszechobecne wpływy *art nouveau*, słoneczne barwy, a także duchowa prostota inspirowana azjatyckimi filozofiami. Manifest mówi jasno: „*Solarpunk* jest w równym stopniu ruchem, co gatunkiem: nie chodzi w nim tylko o historie, ale też o to, jak do nich dotrzeć.” Ale czy rzeczywiście da się do nich dotrzeć⁶?

W ciągłej walce o miejsce w kulturze. Dlaczego ludzie lgną do pesymizmu?

Zadziwiające jest to, że w czasach, gdy ekologia i zrównoważony rozwój stają się coraz popularniejsze, *solarpunk* pozostaje na marginesie kultury. Na pierwszy rzut oka można pomyśleć, że szklane wieżowce ozdobione roślinnością są przejawem ekologicznej innowacyjności, ale czy rzeczywiście odpowiadają ideom omawianego ruchu?

Solarpunk to coś więcej niż tylko zielone akcenty w kapitalistycznych projektach, to radykalna zmiana myślenia o społeczeństwie, technologii i środowisku⁷. W przeciwieństwie do pustych sloganów korporacji o „zielonej przyszłości”, *solarpunk* zakłada aktywny udział społeczności

³ Republic of Bees, *From Steampunk to Solarpunk*, https://republicofthebees.wordpress.com/2008/05/27/from-steampunk-to-solarpunk/?source=post_page-----8bcf18871965----- [dostęp: 26.03.2025].

⁴ W. J. Gillam, *A Solarpunk Manifesto: Turning Imaginary into Reality*, <https://doi.org/10.3390/philosophies8040073> [dostęp: 26.03.2025].

⁵ Republic of Bees, *dz. cyt.*

⁶ The Solarpunk Community, *A Solarpunk Manifesto...*, <https://theanarchistlibrary.org/library/the-solarpunk-community-a-solarpunk-manifesto> [dostęp: 26.03.2025].

⁷ W. J. Gillam, *dz. cyt.*

w budowaniu lepszego świata. To jest kultura, a nie dodatek.

Manifest nurtu podkreśla: „Nie jesteśmy już władcami. Jesteśmy opiekunami. Jesteśmy ogrodnikami”⁸. Gdy jednak wielkie korporacje wykorzystują tę estetykę jedynie jako narzędzie marketingowe, sama idea ruchu zostaje wypaczona. To nie kosztowne inwestycje w szklane drapacze chmur definiują *solarpunk*, lecz oddolne inicjatywy, takie jak zielone dachy, wspólnotowe ogrody, energetyczna niezależność i troska o otaczający świat.

Może właśnie dlatego *solarpunk* nie przyciąga masowej uwagi. Wymaga pełnego zaangażowania, nie pozwala na bierność i podziały. W przeciwieństwie do *cyberpunkowego* fatalizmu nie obiecuje spektakularnego upadku, a jedynie powolną, trudną odbudowę.

Co zatem nie pozwala mu rozkwitnąć? Prawdopodobnie jest to za sprawą raczkujących, stale zmieniających się postulatów, które nie zakładają ostateczności. Brakuje im rozpoznawalnych i spójnych dzieł kultury. Najbardziej korzystnym i znanym wpływem jest działalność Studia Ghibli w tym kierunku, lecz jest ona raczej uznawana za marzycielski świat alternatywny, a nie rzeczywisty kierunek rozwoju świata. Współcześni konsumenci są rządni tragedii i gwałtowności. *Cyberpunk* przyćmiewa kulturę swoją mroczną sensacyjnością, chociaż jego słoneczny brat próbuje przegonić tę ciemność. To żywa kultura, która inwestuje w rolnictwo i własnymi siłami buduje tożsamość. *Solarpunk* jest gotowy na świat – ale czy świat jest na niego gotowy?

Bibliografia

Alxd.org, *Zasoby solarpunkowe*, (tłum. własne), <https://alxd.org/>, [dostęp: 26.03.2025].

Gillam W. J., *A Solarpunk Manifesto: Turning Imaginary into Reality*, [<https://doi.org/10.3390/philosophies8040073>] [dostęp: 26.03.2025].

Republic of Bees, *From Steampunk to Solarpunk*, https://republicofthebees.wordpress.com/2008/05/27/from-steampunk-to-solarpunk/?source=post_page-----8bcf18871965----- [dostęp: 26.03.2025].

The Solarpunk Community, *A Solarpunk Manifesto*, <https://theanarchistlibrary.org/library/the-solarpunk-community-a-solarpunk-manifesto>, [dostęp: 26.03.2025].

The Solarpunk Community, *Solarpunk: Przewodnik referencyjny*, <https://medium.com/solarpunks/solarpunk-a-reference-guide-8bcf18871965>, [dostęp: 26.03.2025].

⁸ The Solarpunk Community, *A Solarpunk Manifesto...*

Co łączy *Skibidi Toilet* i kulturę ludową?

Czy to na którymś z portali społecznościowych, od młodszego rodzeństwa lub kuzynostwa, czy wreszcie od swoich znajomych, na pewno słyszał_ś już o *Skibidi Toilet*, a jeśli nie, to w końcu usłyszysz. Ta kompletnie absurdalna postać już 2 lata temu zyskała ogromną popularność i niewątpliwie wciąż znajduje się w panteonie najbardziej popularnych memów Internetu.

Zdecydowana większość odbiorców zdaje się uznawać ten trend za zupełnie bezwartościowy lub nawet świadczący o upadku współczesnej kultury. Artykuł ten pokaże jednak, że dokładniejsze przyjrzenie się zjawiskom, które go otaczają, może prowadzić do innych wniosków. Zjawisko *Skibidi Toilet* należy raczej rozumieć jako ilustrację dynamicznych przemian kultury, wprowadzania nowych praktyk oraz poszerzania dostępu przeciętnego użytkownika Internetu do procesu jej współtworzenia.

Jednym z najtrafniejszych sposobów zrozumienia wszechobecnych praktyk, które zbiorowo określamy mianem kultury partycypacji, jest porównanie do kultury ludowej¹ zaproponowane przez Henry’ego Jenkinsa. Chociaż amerykański badacz analizuje głównie folklor swojego kraju, uważam, że odwołania do polskich przykładów będą równie adekwatne.

Dziady a Skibidi Toilet

Charakterystyczną cechą wielu ludowych obrzędów, opowieści, piosenek i innych elementów folkloru jest łączenie fragmentów zaczerpniętych z różnych źródeł i tradycji. Powszechnie znanym przykładem jest obrzęd dziadów, który możesz pamiętać z Mickiewiczowskiego dramatu. Ten, pochodzący z pogańskich czasów, słowiański rytuał został zasymilowany i przejęty przez chrześcijaństwo. Innym przykładem mogą być legendy, przeplatające historyczną wiedzę z fantastycznymi wierzeniami. Takie zespalandzenie fragmentów z różnych źródeł, porządków lub tradycji nazywamy synkretyzmem.

W opierającej się na uczestnictwie kulturze Internetu jest bardzo podobnie. W oddolnych internetowych dziełach pokroju *Skibidi Toilet*, również odnajdziemy wymieszane ze sobą, zapożyczone elementy. Oglądając oryginalną animowaną serię *Skibidi Toilet*, tworzoną przez youtubera DaFuq?!Boom!², zauważymy więc między innymi modele 3D zaczerpnięte z gry *Half-Life 2*, animacje z gry *Fortnite*, wizerunki postaci, takich jak Michael Jackson albo Walter White

¹ H. Jenkins, *Kultura konwergencji: Zderzenie starych i nowych mediów*, tłum. M. Bernatowicz, M. Filiciak, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2007, s. 134-135.

² DaFuq?!Boom!, *Skibidi Toilet Series*, YouTube, od 7 lutego 2023, <https://www.youtube.com/playlist?list=PL-ZXraMeHBPJHXBhrNowJaQslyqtUg-tZ> [dostęp: 31 marca 2025].

i Jesse Pinkman z serialu *Breaking Bad*, czy w końcu usłyszymy utwory muzyczne pochodzące z gier i filmów bądź stworzone przez innych twórców internetowych. Spośród nich największe znaczenie ma, opublikowany przez użytkownika @doombreaker03 na TikToku, mashup piosenek *Give it to Me* Timbalanda i *Dom dom yes yes* Biser Kinga³, który w serii staje się czymś w rodzaju hymnu śpiewanego przez tytułowe *skibidi toilety*.

Tu warto zauważyć, że wspomniany wcześniej Henry Jenkins, porównując w 2005 roku współczesną popkulturę do kultury ludowej, mówi raczej o występujących w niej zapożyczeniach z dzieł tworzonych przez komercyjne konglomeraty medialne⁴, podczas gdy przykłady, takie jak *Skibidi Toilet*, pokazują, że aktualnie pojawia się dużo inspiracji innymi oddolnymi twórcami.

Znaczenie społeczności fanowskich dla dzieł, takich jak *Skibidi Toilet*

Kultura ludowa powstaje w ramach lokalnych społeczności i staje się czymś wspólnym, łączącym ludzi. Przekazywana jest z ust do ust i dzięki temu jej dzieła funkcjonują



w kontekście swojego bezpośredniego odbiorcy. Dla przykładu, wiejski bajarz opowiadający baśń mógł dostosowywać ją do reakcji słuchaczy. Ludzie mogli także uczyć się od siebie nawzajem, przekazywać sobie umiejętności, wiedzę albo historie.

Choć znaczna część takiej bezpośredniości i wspólnotowości kultury zaczęła zanikać wraz z wprowadzaniem masowych mediów, tworzonych przez wyspecjalizowane konglomeraty, to możemy zauważyć powrót niektórych

z wymienionych przeze mnie cech, w nowej, internetowej formie. I tak, wokół omawianego *Skibidi Toilet* formują się fanowskie społeczności podobne do ludowych wspólnot. Odbiorcy łączą się na platformach, takich jak Reddit⁵, X, czy Fandom⁶. Dla takich widzów amatorskość tej serii staje się wartością, świadectwem autentyczności, a może nawet pewnej „swojskości”.

Działając w internetowych grupach, fani nie tylko wspólnie analizują serię, dyskutują i zbierają wiedzę (na przykład w ramach strony wiki *Skibidi Toilet*⁷), ale także sami zaczynają tworzyć własne dzieła i uczyć się artystycznych umiejętności. Stąd więc bierze się prawdziwa mnogość wszelkiego rodzaju fanfiction (literackich opowieści tworzonych przez fanów, które reinterpretują

³ @doombreaker03, *new rival*, <https://web.archive.org/web/20230927135115/https://www.tiktok.com/@doombreaker03/video/7182094155340909825> [dostęp: 31 marca 2025].

⁴ H. Jenkins, *Kultura konwergencji...*

⁵ *r/skibiditoilet*, <https://www.reddit.com/r/skibiditoilet/> [dostęp: 31 marca 2025].

⁶ *Skibidi Toilet Wiki*, https://skibidi-toilet.fandom.com/wiki/Skibidi_Toilet_Wiki [dostęp: 31 marca 2025].

⁷ Tamże.

lub dodają nowe zdarzenia do fabuły oryginału), *fanartów*⁸ (fanowskich artystycznych przedstawień postaci lub wydarzeń z wybranego dzieła), modyfikacji do gier komputerowych i samodzielnych gier inspirowanych serią⁹ oraz wielu innych form fanowskiej twórczości. Dla społeczności *Skibidi Toilet* charakterystyczne wydaje się być tworzenie własnych *spin-offów* głównej serii – najczęściej podobnych do oryginału, animacji komputerowych, przedstawiających alternatywne wersje historii *Skibidi Toilet* lub dodających do niej nowe opowieści i postaci¹⁰ (podobnie, jak wspomniane wcześniej literackie *fanfiction*). Co ciekawe, najpopularniejsze spośród tych fanowskich serii również posiadają własne odrębne społeczności fanów.

Ważnym aspektem omawiania *Skibidi Toilet* jest również zwrócenie uwagi na interakcję między odbiorcami a twórcą serii. Dzięki stałemu dostępowi do informacji zwrotnej od fanów, autor może dostosowywać kolejne odcinki do bieżących wydarzeń w społeczności oraz do zainteresowań i oczekiwań widzów. Przypomnij sobie wspomniany wcześniej przykład bazarza, który snując historię, przekształca ją w odpowiedzi na reakcje słuchaczy. Mamy tu do czynienia z bardzo podobną sytuacją.



Postać *skibidi toilet* jako kulturowy symbol

Opowieści ludowe, tradycje i pozostałe elementy folkloru, przekazywane z pokolenia na pokolenie i rozprzestrzeniające się w przestrzeni geograficznej, w każdej kolejnej inkarnacji podlegają transformacji.

Być może słyszałś o tym, że w starszej wersji baśni, spisanej przez braci Grimm, przyrodnie siostry Kopciuszka odcinają sobie kawałki stóp, by zmieścić się w jej pantofelku. Podobnie, każda inna baśń czy legenda posiada aktualnie wiele wersji, które bardzo różnią się od tych opowiadanych setki lat temu. Omawiane wcześniej dziady również przekształcały się wraz z wprowadzaniem chrześcijaństwa na Słowiańszczyznę.

Podobne mechanizmy transformacji zauważamy w partycypacyjnej kulturze Internetu. Towarzyszący nam na przestrzeni tego artykułu, Jenkins dogłębnie analizował to zjawisko wraz z badaczami Fordem i Greenem w książce *Rozprzestrzenialne media. Jak powstają wartości i znaczenia w usieciowionej kulturze*¹¹. *Skibidi Toilet*, rozumiane jako postać, mem lub motyw

⁸ *Posters & Fan Art*, [w:] *Skibidi Toilet & DaFuq!?Boom! Official Store*, <https://skibiditoilet.shop/pages/posters> [dostęp: 31 marca 2025].

⁹ *Gaming*, [w:] *Skibidi Toilet & DaFuq!?Boom! Official Store*, <https://skibiditoilet.shop/pages/games> [dostęp: 31 marca 2025].

¹⁰ Przykładem jednej z najpopularniejszych takich serii jest tworzona przez Dom Studio, *SKIBIDI TOILET MULTIVERSE*, YouTube, od 9 września 2023, <https://www.youtube.com/playlist?list=PL9nWxVIqNutWCw1Dhb3S3AqzTmkutUKD8> [dostęp: 31 marca 2025].

¹¹ H. Jenkins, S. Ford, J. Green, *Rozprzestrzenialne media. Jak powstają wartości i znaczenia w usieciowionej kulturze*,

kulturowy, podlega podobnym procesom transformacji i akumulacji nowych znaczeń, nieustannie kształtowanych przez twórczość fanowską (i nie tylko).

Te przemiany sprawiają, że postać *skibidi toilet* jest często oddzielana od oryginalnego kontekstu i staje się symbolem samym w sobie, wykorzystywanym czasem zupełnie niezależnie od animacji, z której pochodzi. Niezwykle popularne stało się już nawet odrywanie, nie tylko *skibidi toilet* od oryginalnej serii DaFuq?!Booma, ale i samego słowa „*skibidi*” od kontekstu *Skibidi Toilet*, poprzez włączenie go do ironicznego slangu internetowego¹². I tu dochodzimy, jak się wydaje, do jednej z kluczowych różnic w naszym porównaniu. Kultura



ludowa była lokalna, oparta na małych wspólnotach, w efekcie czego nie była daleko rozpowszechniana, a jeśli już, trafiała do większych grup bardzo powoli. Natomiast internetowe fenomeny, takie jak *Skibidi Toilet*, obejmują globalną sieć połączeń i mogą wywierać wpływ praktycznie wszędzie. Postać *Skibidi Toilet* zaczyna być wykorzystywana globalnie, na przykład jako symbol absurdu współczesnych trendów internetowych. Przede wszystkim zaś, zdaje się symbolizować nadchodzące, nowe pokolenie internautów. Staje się wręcz sztandarem niesionym na czele postępującego marszu pokolenia alfa, w stronę, póki co zdominowanych przez pokolenie Z, mediów społecznościowych na całym świecie.

tłum. M. Wróblewski, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2018.

¹² *Skibidi*, <https://sjp.pwn.pl/mlodziezowe-slowo-roku/haslo/skibidi;9395154.html> [dostęp: 31.03.2025].

Bibliografia

@doombreaker03, *new rival*, TikTok, 28 grudnia 2022, <https://web.archive.org/web/20230927135115/https://www.tiktok.com/@doombreaker03/video/7182094155340909825> [dostęp: 31 marca 2025].

DaFuq?!Boom!, *Skibidi Toilet Series*, YouTube, od 7 lutego 2023, <https://www.youtube.com/playlist?list=PL-ZXraMe-HBPJHXBhrNowJaQslyqtUg-tZ> [dostęp: 31 marca 2025].

Dom Studio, *SKIBIDI TOILET MULTIVERSE*, YouTube, od 9 września 2023, <https://www.youtube.com/playlist?list=PL9nWxVIqNutWCw1Dhb3S3AqzTmkutUKD8> [dostęp: 31 marca 2025].

Jenkins H., *Kultura konwergencji: Zderzenie starych i nowych mediów*, tłum. M. Bernatowicz, M. Filiciak, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2007.

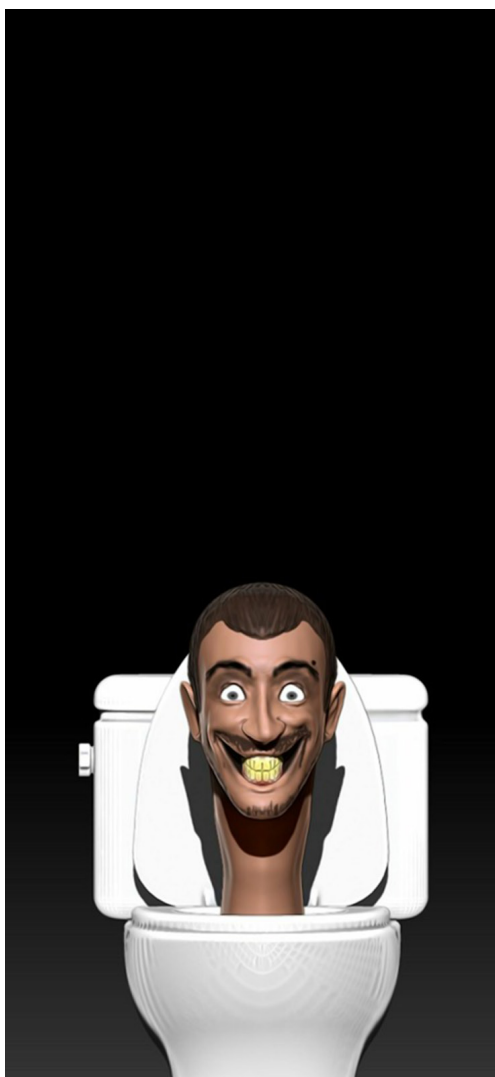
Jenkins H., Sam F., Joshua G., *Rozprzestrzenialne media. Jak powstają wartości i znaczenia w usieciowionej kulturze*, tłum. M. Wróblewski, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2018.

r/skibiditoilet, <https://www.reddit.com/r/skibiditoilet/> [dostęp: 31 marca 2025].

skibidi, <https://sjp.pwn.pl/mlodziezowe-slowo-roku/haslo/skibidi;9395154.html> [dostęp: 31 marca 2025].

Skibidi Toilet & DaFuq?!?Boom! Official Store, <https://skibiditoilet.shop> [dostęp: 31 marca 2025].

Skibidi Toilet Wiki, https://skibidi-toilet.fandom.com/wiki/Skibidi_Toilet_Wiki [dostęp: 31 marca 2025].



Italian Brainrot

Nowy trend w mikrometrażowych formach audiowizualnych

Media społecznościowe w ostatnich latach uległy istotnym zmianom, obejmującym zarówno formę przekazu, jak i sposób prezentowania treści. Można zauważyć, że coraz rzadziej udostępniane są zdjęcia z wakacji czy długie opisy z przepisami. Instagram, Facebook i YouTube zaczęły promować mikrometrażowe formy audiowizualne, czyli krótkie, dynamiczne filmy o pionowym układzie, idealne do szybkiej konsumpcji w trybie mobilnym. Tego rodzaju treści są projektowane z myślą o natychmiastowym zaangażowaniu odbiorcy. Marshall McLuhan podkreślał, że *medium jest przekazem (medium is the message)*, co oznacza, iż forma przekazu wpływa zarówno na jego treść, jak i sposób odbioru¹. W przypadku krótkich filmów oznacza to skrócenie narracji, koncentrację na formie i przesunięcie komunikacji w stronę reakcji zamiast refleksji.

Nowy język pokolenia: reelsy, shortsy i tiktoki

Co wpływa na popularność krótkich wideo? Ograniczona uwaga, jakiej wymagają od użytkowników, wpływ algorytmów, które promują *viralowe* treści, a także łatwość, z jaką można tworzyć takie materiały i przetwarzać. Dodatkowo mikroformaty są nastawione na wywoływanie emocji, nawet jeśli są one skrajne. Twoje zaniepokojenie, zażenowanie czy śmiech oznaczają sukces danego filmiku. Kontrowersje są „klikalne”, a jednym z kontrowersyjnych tematów ostatnich lat jest sztuczna inteligencja (AI).

Sztuczna inteligencja jako współtwórca treści internetowych

Rozwój sztucznej inteligencji znacząco zwiększył dynamikę tworzenia treści w mediach społecznościowych. Narzędzia takie jak ChatGPT czy Midjourney umożliwiają masową produkcję obrazów, animacji czy syntezowanych głosów, co obniża próg wejścia dla rzeczywistych twórców. Dyskusje dotyczące poprawnego i etycznego korzystania z AI cały czas trwają, co tylko zwiększa popularność tego zjawiska. Należy pamiętać, że wytwory AI często odchodzą od znanej nam normy. Liczne zniekształcenia kształtów na grafikach, dodatkowe kończyny u ludzkich postaci, specyficzna kreska na wyprodukowanych rysunkach – te i inne elementy budzą nie tylko zastrzeżenia, co wywołują liczne kontrowersje.

¹ M. McLuhan, *The Medium is the Massage: An Inventory of Effects*, <https://pdf.yt/d/vNiFct6b-L5ucJEa> [dostęp: 12.07.2025].

Gnicie mózgu po włosku

Italian Brainrot to idealny przykład wykorzystania AI i stworzenia nowego trendu wśród krótkich form wideo w Internecie. Jak podaje Wikipedia „*Brainrot* to slangowe określenie na: treści internetowe, pozbawione określonego znaczenia i celu; oraz negatywnych skutków (psychologicznych, poznawczych itp.) przez nie wywołanych, potocznie przyrównywanych do *gnicia mózgu*”². Według Obserwatorium Języka i Kultury Młodzieży *Italian Brainrot* wywodzi się z estetyki *shitpostingu* i internetowego postmodernizmu³, sukcesywnie stosuje ironię. *Brainrot* rozprzestrzenił się w 2025 roku po fali *tiktoków* i *reelsów*, prezentujących absurdalne, często surrealistyczne historie.

Przykłady powszechnie znanych bohaterów z tego nurtu:

- **Tralalero Tralala** – rekin z trzema nogami i sportowymi butami znanej marki, stojący na tle morza;
- **Ballerina Cappuccina** – baletnica w klasycznej pozie *en pointe*, ubrana w różową tiulową spódnicę, z filiżanką kawy zamiast głowy;
- **Bombardino Crocodilo** – masywny, zielony krokodyl z miniaturową sylwetką bombowca na grzbiecie;
- **Tung Tung Tung Sahur** – brązowy kij baseballowy z ogromnymi oczami, nogami, który w ręku trzyma mniejszy kij baseballowy.



Analiza treści i formatów *Italian Brainrot*

Treści tworzone w ramach *Italian Brainrot* przybierają różne formy. Najprostszą z nich są karuzele zdjęć lub animacje, w których pojawiają się wymienione powyżej postaci, przedstawiane przez narratora AI mówiącego z włoskim akcentem. Powstają także filtry, takie jak „Którym bohaterem *Italian Brainrot* jesteś?”⁴, losujące użytkownikowi jedną z postaci, lub efekty zmieniające całą sylwetkę zainteresowanego⁵.

² *Brainrot*, <https://pl.wikipedia.org/wiki/Brainrot> [dostęp: 12.07.2025].

³ Obserwatorium Języka i Kultury Młodzieży, *Italian brainrot*, <https://obserwatorium-mlodziezy.ujk.edu.pl/jednostki/7541/> [dostęp: 12.07.2025].

⁴ <https://www.tiktok.com/@joyblznartooni/video/7494853408361581870>, [dostęp: 12.07.2025].

⁵ <https://www.tiktok.com/@brainrotclipzai/video/7516636282005572907>, [dostęp: 12.07.2025].

Popularne są także filmy przedstawiające wymyślone przez użytkowników genezy postaci np. *Skąd Tralalero Tralala wziął swoje buty*⁶. TikToki opowiadają historie absurda, pełne tragedii, przemocy i niesmacznego humoru. Pojawiają się w nich motywy śmierci, co wywołuje dysonans w zestawieniu z animacją przywodzącą na myśl produkcje dla dzieci. W efekcie dorośli mogą błędnie odczytać przekaz takich treści i pokazać je dzieciom, uznając je za nieszkodliwe. Internetowi twórcy przetwarzają także znane piosenki, zastępując ich słowa nazwami bohaterów *Italian Brainrot*. Przykładem może być remiks utworu *Barbie Girl* zespołu Aqua, gdzie oryginalna melodia pozostaje, ale tekst opowiada o losach postaci wygenerowanych przez AI w stylu filmów i bajek Barbie⁷.

Możliwość użycia tego samego dźwięku, tworzenie kolejnych postaci w stylu *Italian Brainrot*, nagrywanie nowych historii o Tralalero Tralala wpisuje się w koncepcję modularności Lva Manovicha⁸, zgodnie z którą każdy element cyfrowych mediów może zostać przekształcony i ponownie użyty wedle upodobań twórcy.

AI komentuje samo siebie – estetyka błędu

Italian Brainrot funkcjonuje na styku groteski, ironii i cyfrowej parodii. Trend ten wynika ze stale powtarzanych błędów AI, takich jak przesadne rysy twarzy, brak płynności animacji, dodatkowe kończyny czy charakterystyczne rozmycie obrazu. Treści *Italian Brainrot* można postrzegać jako metakomentarz do samego działania AI, które jest świadome swoich braków. Błędy generatywne stają się wymaganymi elementami tego stylu, a nie czymś, co należy poprawić. Swoim absurdem wywołują wiele skrajnych emocji. Dzięki ciągłemu przetwarzaniu i modyfikacjom treści te szybko stają się wiralami i zyskują popularność w mediach społecznościowych. Platformy takie jak TikTok czy Instagram promują treści intensywne wizualnie i emocjonalnie angażujące, co sprzyja ich popularności. Ten pozornie absurdalny trend ujawnia głębsze mechanizmy działania algorytmów i pokazuje, jak deformacja oraz nielogiczność stają się atrakcyjne w cyfrowym świecie.

Bibliografia

Brainrot, <https://pl.wikipedia.org/wiki/Brainrot> [dostęp: 12.07.2025].

Manovich L., *The Language of New Media*, MIT Press, 2001.

McLuhan M., *The Medium is the Message: An Inventory of Effects*. Co-authored by Quentin Fiore, Bantam Books, 1967.

Obserwatorium Języka i Kultury Młodzieży, *Italian brainrot*, <https://obserwatorium-mlodziezy.ujk.edu.pl/jednostki/7541/> [dostęp: 12.07.2025].

TikToki:

<https://www.tiktok.com/@joyblznartooni/video/7494853408361581870>, [dostęp: 12.07.2025].

<https://www.tiktok.com/@brainrotclipzai/video/7516636282005572907>, [dostęp: 12.07.2025].

<https://www.tiktok.com/@cozymony.designs/video/7493709284321070358>, [dostęp: 12.07.2025].

⁶ <https://www.tiktok.com/@cozymony.designs/video/7493709284321070358>, [dostęp: 12.07.2025].

⁷ <https://www.tiktok.com/@quantomphiled/video/7506245143524035870>, [dostęp: 12.07.2025].

⁸ Manovich, L., *The Language of New Media*, 2001.

Kocie dzieło sztuki postinternetowej

Hiro is Everywhere

Wykonana przez Anh Taewona w 2021 roku postinternetowa rzeźba stanowi część serii, w której centralnym motywem jest Hiro – kot artysty, będący jego stałym źródłem inspiracji. Praca *Hiro is Everywhere* (2) została wykonana techniką akryl na cibatoolu¹. Rzeźba jest fizycznym obiektem, co może budzić zdziwienie, jeśli nie spotkaliśmy się wcześniej z określeniem sztuka postinternetowa. Po raz pierwszy tego terminu użyła Marisa Olson w 2006 roku, opisując go jako „praktykę twórczą zachodzącą pod wpływem Internetu, wskutek zeń i w stanie umysłu, na który wpłynął długotrwały kontakt z przeglądanyymi w sieci treściami”². Internet nie jest w XXI-wiecznej świadomości czymś nowym, a w zasadzie stał się integralną częścią naszej egzystencji. Można powiedzieć, że nasza rzeczywistość bez niego nie istnieje. Z tego powodu artyści nie skupiają się dłużej na problematyzowaniu, czym jest Internet i jak działa, ale skupiają się na jego wpływie na naszą kulturę i codzienność. Dodatkowo, w przeciwieństwie do dzieł sztuki Internetu, prace postinternetowe nie są ograniczone do istnienia jedynie w cyfrowej przestrzeni, co otwiera przed artystami wiele możliwości³. Skoro już wiemy, czym charakteryzuje się sztuka postinternetowa, to możemy przejść do eksplikacji wspomnianego wcześniej dzieła niesamowitego artysty – Anh Taewona.

Kompozycja przedstawia hybrydowy obiekt, w którym realistyczny wizerunek kota Hiro, łączy się z funkcjonalną strukturą przypominającą mebel o czterech nogach. Forma nóg przypomina kocie łapy, tworząc nieoczywiste połączenie żywej istoty z przedmiotem codziennego użytku. Jednym z kluczowych elementów interpretacji tego dzieła jest jego hybrydowość. Forma hybrydowa – łącząca kształt kota i mebla – jest nośnikiem pytań o status zwierząt w świecie zdominowanym przez technologię i media cyfrowe. Kot, tradycyjnie kojarzony z niezależnością i organicznością, zostaje tu połączony z funkcjonalną rolą mebla – symbolem użyteczności i obiektowości, stabilności. Ten zabieg może być odczytany jako komentarz na temat uprzedmiotowienia zwierząt w kulturze współczesnej i nie tylko. W erze cyfrowej, gdzie zwierzęta – szczególnie koty –

¹ *Cibatool to żywica fotoutwardzalna, umożliwiającą powstawanie mocnych i trwałych elementów*, http://www.3dsystems.ru/products/slaseries/sla3500/products_sla_sla3500materials.asp.htm#:~:text=Cibatool%20SL%20

² Wojtowicz E., *Sztuka w kulturze postmedialnej*, Wydawnictwo Naukowe KATEDRA, 2016, s. 341.

³ Pisarski M., *Sztuka postinternetowa: wprowadzenie do pożegnania z nowymi mediami*, <https://web.archive.org/web/20190213183539/http://www.ha.art.pl/felietony/2613-mariusz-pisarski-sztuka-postinternetowa-wprowadzenie-do-pozegnania-z-nowymi-mediami.html>, [dostęp: 02.04.2025].

są często przedstawiane w mediach społecznościowych i kulturze memów⁴, ich wizerunki stają się wszechobecne, ale jednocześnie tracą swą pierwotną – żywą i organiczną tożsamość.

Ahn zdaje się sugerować, że obrazy zwierząt odbieramy jako coś bardziej „funkcjonalnego” – narzędzie wyrażania emocji, estetyki czy humoru. Tym samym hybryda kota i mebla może odzwierciedlać nasze współczesne postrzeganie zwierząt jako połączenia żywej istoty i obiektu mającego zaspokoić nasze potrzeby.

Tytuł rzeźby – Hiro is Everywhere (2) – wskazuje na wszechobecność wizerunku Hiro. Interpretując to w kontekście globalnego fenomenu kotów w mediach społecznościowych, dzieło Ahna staje się krytycznym komentarzem. Hiro, jako symbol wszechobecności, nie jest już tylko jednostkowym, żywym kotem, pupilem autora, ale reprezentuje całą kategorię zwierząt, które w cyfrowym świecie tracą swoją indywidualność na rzecz masowej reprodukcji obrazów. Tym samym, tytułowa wszechobecność wskazuje nie tylko na Hiro jako jednostkę, ale także na proces, w którym zwierzęta stają się symbolem wizualnej konsumpcji w mediach.



W twórczości Ahna istotnym tematem jest relacja człowieka z jego zwierzęcymi towarzyszami. Artysta podkreśla swoją osobistą więź z Hiro, co wyraża poprzez wybór kota jako główny

⁴ Apria, *Taewon Ahn and his Hiro*, <https://www.pusspussmagazine.com/taewon-ahn-and-his-hiro/>, [dostęp: 21.01.2025].

motyw w swoich pracach. W szerszym jednak kontekście, Ahn zdaje się eksplorować granice tej relacji, pytając jaki wpływ na jej postrzeganie ma Internet. Zastosowana w pracy artysty groteska nie tylko jest nawiązaniem do popularnej współcześnie kultury memów, ale również służy jako narzędzie krytyki - zachęca odbiorców do zastanowienia się nad naszym stosunkiem do zwierząt. Uroczy wizerunek Hiro w zestawieniu z jego uprzedmiotowaną formą może prowokować pytania o to, czy nie redukujemy zwierząt do przedmiotów estetycznych, funkcjonalnych, tym samym odbierając im podmiotowość i sprowadzając ich istnienie do zaspokajania naszych potrzeb – na tle emocjonalnym, estetycznym, czy społecznym.

Ostatecznie, *Hiro is Everywhere (2)* nie jest jedynie uroczą rzeźbą przedstawiającą kota, ale wielowymiarowym komentarzem na temat naszej współczesnej relacji ze zwierzętami w erze cyfrowej. Dzieło zaprasza do refleksji nad tym, jak globalizacja wizerunków kotów, ale i innych zwierząt wpływa na nasze relacje z nimi.

Ahn Taewon, poprzez połączenie organicznej formy kota z użytkową strukturą mebla, prowokuje pytania o granice między autentycznością a reprezentacją, żywym bytem a jego medialnym wizerunkiem. Dzieło wpisuje się w nurt postinternetowej refleksji nad światem, w którym nasza rzeczywistość i ta cyfrowa są nierozzerwalnie splecione, a obrazy, choć wszechobecne, ostatecznie tracą swój pierwotny cel i znaczenie. Hiro jest wszędzie – ale czy nadal jest sobą? Pozostawiam to pytanie, zachęcając do dalszych prób odczytania tej niezwyklej rzeźby.

Bibliografia

Ahn tae won, *Hiro is everywhere (2)*, 2021, <https://www.artsy.net/artwork/ahn-tae-won-hiro-is-everywhere-2>, [dostęp: 21.01.2025].

Apria, *Taewon Ahn and his Hiro*, *Sztuka postinternetowa. Nowe wirtualne doświadczenia artystyczne*, „Puss Puss”, <https://www.pusspusssmagazine.com/taewon-ahn-and-his-hiro/>, [dostęp: 21.01.2025].

Pisarski M., *Sztuka postinternetowa: wprowadzenie do pożegnania z nowymi mediami*, <https://web.archive.org/web/20190213183539/http://www.ha.art.pl/felietony/2613-mariusz-pisarski-sztuka-postinternetowa-wprowadzenie-do-pozegnania-z-nowymi-mediami.html>, [dostęp: 02.04.2025].

Strona: 3dsystems.ru, http://www.3dsystems.ru/products/slaseries/sla3500/products_sla_sla3500materials.asp.htm#~:text=Cibatool%20SL%20is%20an,strong%2C%20durable%20and%20accurate%20parts, [dostęp: 02.04.2025r.].

Strona: sayhito-atlas.com, <https://www.sayhito-atlas.com/article/taewon-ahn>, [dostęp: 21.01.2025].

Wójtowicz E., *Sztuka w kulturze postmedialnej*, Wydawnictwo Naukowe KATEDRA, 2016.

The Sims 4 - gra, która sama się tworzy

Czy wiesz, że franczyza *The Sims* istnieje już od ponad dwudziestu pięciu lat? Tak, chodzi mi o tę, niepozorną grę komputerową, w którą grałeś po szkole na komputerze starszego rodzeństwa. Od tego czasu minęło wiele lat i obecnie marka może pochwalić się aż czterema częściami głównej gry, z których najnowsza, czyli *The Sims 4*, wydana została w 2014 i dalej cieszy się popularnością. Ale czy wiesz czyja to zasługa? Otóż fanów gry, którzy dzięki swojemu zaangażowaniu i kreatywności wytworzyli wokół marki atmosferę z góry nastawioną na partycypację, dzięki czemu *The Sims* jest obecnie liderem na rynku gier symulacyjnych.

Czym jest kultura partycypacji?

Kultura partycypacji to pojęcie, które zostało spopularyzowane w 2006 roku przez Henry'ego Jenkinsa, amerykańskiego medioznawcę. Można ją określić jako zjawisko, w którym odbiorcy mediów, czyli w tym przypadku gracze, przestają być biernymi konsumentami treści i stają się ich aktywnymi współtwórcami¹. Co to oznacza? Wyobraź sobie, że zostajesz zaproszony na kolację u sąsiadów i wpadasz na pomysł, by przynieść również coś od siebie. Bycie biernym uczestnikiem oznaczałoby jedynie zjawienie się i zjedzenie przygotowanego dla ciebie jedzenia. Wnosząc wkład własny, stajesz się współtwórcą tego wydarzenia, w dodatku wprowadzając większą różnorodność na stole, z czego każdy uczestnik spotkania może skorzystać. W przypadku gier *The Sims* należy rozważyć podejścia odgórne i oddolne, czyli takie wychodzące od korporacji oraz te inicjowane przez graczy.

Partycypacyjna natura *The Sims 4*

Jak wskazuje tytuł artykułu, *The Sims 4* można nazwać grą, która sama się tworzy, ale co to dokładnie oznacza? Sama w sobie stanowi jedynie fundament, na którym fani mogą pracować. Kreatywna ekspresja stanowi główny cel gry, dlatego marka *The Sims* od początku przychylnie odnosiła się do kultury *DIY* tworzonej przez swoją społeczność, a nawet ją wspierała, udostępniając oficjalne programy i strony internetowe². W *The Sims 4* symbolem tego podejścia jest „galeria” wbudowana funkcja, która umożliwia graczom przeglądanie i pobieranie treści stworzonych przez innych użytkowników, a także udostępnianie własnych projektów.

¹ H. Jenkins, *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2007, s. 9.

² L. Price, *The Sims: A Retrospective – A Participatory Culture 14 Years On*, https://www.researchgate.net/publication/301927291_The_Sims_A_Retrospective_-_A_Participatory_Culture_14_Years_On [dostęp: 24 marca 2025].

W galerii można znaleźć wszystko, od pojedynczych *Simów* gotowych urozmaicić pole randkowe, po ogromne, bardzo szczegółowe repliki znanych budowli, takich jak np. Hogwart. Tak, twój *Sim* może mieszkać w Hogwarcie, jeśli tylko zechcesz! Pokazuje to, jak kluczowe dla marki jest kreatywne zaangażowanie i aktywność użytkowników. Warto również wspomnieć o tym, że EA co jakiś czas przeprowadza ankiety, w których fani mogą sami decydować o tym, co chcieliby zobaczyć w grze. Dzięki temu w 2018 roku, czyli cztery lata po premierze, pojawiła się możliwość robienia prania. Biorąc pod uwagę to, że mówimy o symulatorze życia, stało się to dość późno. To niejedyny taki przypadek. Zatem, co robią fani, by wypełnić inne tego typu luki w grze?

Kultura DIY i modding



Wyobraź sobie, że właśnie po raz pierwszy obejrzałeś całą sagę *Zmierzchu*. To jedyne, o czym możesz teraz myśleć. Stwierdzasz, że odtworzysz główne postacie właśnie w *The Sims 4*. Otwierasz grę i orientujesz się, że żadne z dostępnych w grze ubrań nie spełnia twoich oczekiwań. Na szczęście, ktoś już kiedyś miał podobny problem. *Modding*³ to proces modyfikowania gry komputerowej w celu dodania nowych funkcji lub zmiany już istniejących. Występuje wiele rodzajów modyfikacji, ta jednak jest używana jako narzędzie czysto kosmetyczne. Fani, chcąc poszerzyć szafę swoich *Simów*, zaczęli tworzyć niestandardowe modele ubrań, fryzur i innych akcesoriów. Inni zabrali się za wypełnianie luk kulturowych, uznając *The Sims 4* za grę zbyt jednolitą kulturowo, dodając do rozgrywki elementy związane z ich pochodzeniem i narodowością, chcąc lepiej odwzorować codzienne życie.

Istnieją również modyfikacje skryptowe – bardziej inwazyjne, wpływające, jak sama nazwa wskazuje, na skrypt gry. Najczęściej pobieraną modyfikacją tego typu jest *McCommandCenter*,

³ T. Sihvonen, *Players Unleashed! Modding The Sims and the Culture of Gaming*, https://www.researchgate.net/publication/259925496_Players_Unleashed_Modding_The_Sims_and_the_Culture_of_Gaming_by_Tanja_Sihvonen [dostęp: 24 marca 2025].

pozwalająca na edycję kodu gry, w sposób czytelny i przystępny dla przeciętnego gracza. Umożliwia dostosować grę do tego, w jaki sposób prowadzisz rozgrywkę. Jeśli stawiasz na storytelling, możesz m.in. zmniejszyć tempo spadku potrzeb twoich Simów, by móc spokojnie poświęcić czas historii angażującej mocniej niż niejedna telenowela. Jedną z ciekawszych funkcji jest możliwość włączenia postępu historii. Do niedawna postacie *NPC* nie wykazywały dużej autonomii ani nie potrafiły wykonywać złożonych interakcji poza polem widzenia gracza. Wprowadzenie tej funkcji umożliwiło im zawieranie związków, małżeństw czy zakładanie rodzin, co zwiększyło immersję i wrażenie, że świat gry rozwija się samodzielnie – nawet bez udziału gracza. Warto jednak zaznaczyć, że w grudniu 2023 EA wydało DLC o nazwie *The Sims 4: Do Wynajęcia* łącznie z aktualizacją, która dodała do gry właśnie postęp historii. Można więc stwierdzić, że *modderzy* wyprzedzili trendy – a przynajmniej naprawili problem, którym EA zajęło się dopiero 9 lat po premierze!



EA na temat modyfikacji

Na przestrzeni lat fani stworzyli liczne strony internetowe poświęcone modyfikacjom. Kilka najpopularniejszych to TheSimsResource, ModTheSims czy SimFileShare. Samo TheSimsResource posiada więcej niż 300 tysięcy dostępnych do pobrania plików. Strony te są legalne, ale EA nie obejmuje je wsparciem. Popularny jest też serwis Patreon, pozwalający graczom wesprzeć finansowo ulubionych *modderów*. EA wyraźnie zaznacza, że same modyfikacje muszą być w pełni darmowe, zezwalając jednak na bonus w postaci wczesnego dostępu. Co ciekawe w roku 2024

EA wprowadziło nowy typ DLC – *Creator Kits*, który umożliwia *modderom* oficjalną kolaborację z firmą i stworzenie własnego, płatnego DLC. W ten sposób twórczość fanów staje się bezpośrednio częścią marki.

W *The Sims 4* istnieje specjalna zakładka w ustawieniach, umożliwiająca łatwiejsze i włączeniei wyłączenie pobranych przez nas modyfikacji. EA wspiera w ten sposób nieoficjalną twórczość graczy, jednak jej nie kontroluje ani nie ponosi z nią odpowiedzialności⁴. W 2022 roku, w celu zmiany dotychczasowego podejścia, EA ogłosiło współpracę z CurseForge, aplikacją stworzoną przez

⁴ EA Help, *The Sims 4 Policy on Mods*, <https://help.ea.com/en/articles/the-sims/the-sims-4/mods-policy/> [dostęp: 24.03.2025].

Overwolf, która oferuje środowisku modderów bezpieczną i kontrolowaną przestrzeń do pobierania zmodyfikowanej zawartości. CurseForge to internetowy katalog z przejrzystym dla początkujących interfejsem. Można stwierdzić, że przypomina serwisy do zakupów internetowych i wywołuje podobne emocje, więc jeśli obecnie oszczędzasz, skompletuj nową szafę dla swoich Simów zamiast dla siebie!

The Sims 4 a YouTube

Jednym z najpopularniejszych elementów społeczności *The Sims* na YouTube są wyzwania (*challenges*), które od lat stanowią istotny aspekt kultury tej gry. Uczestnicy wyzwań realizują określone cele związane z tworzeniem postaci, budowaniem lokacji czy rozwijaniem rozgrywki. Do najpopularniejszych należą m.in. *100 Babies Challenge* czy *Rags to Riches* – simowa wersja od zera do milionera. Jedno z najbardziej kultowych wyzwań, *Not So Berry Challenge*, zostało w 2017 roku opublikowane przez Kaylę Sims, znaną jako *lilsimsie*. *The Sims 4* pozwoliło jej zbudować karierę na YouTube, a dziś granie w tę grę stało się jej pełnoetatową pracą. Kayla może pochwalić się ponad dwoma milionami subskrybentów na swoim kanale. W dodatku nawiązania do jej twórczości zostały oficjalnie dodane do gry. Kultowa maskotka marki, krowokwiat, w grze domyślnie nazwana jest *Little Simzee*, co sprytnie nawiązuje do jej pseudonimu. YouTube stał się nieodłączną częścią popkultury, łącząc elementy dawnych subkultur fanowskich z komercyjnymi sposobami angażowania widzów – z czego korzysta także EA, publikując własne wyzwania i zachęcając uczestników do dzielenia się efektami w sieci⁵.

Innym popularnym wyzwaniem jest „apokalipsa zombie”, do którego gracze używają modyfikacji symulującej odpowiednie warunki w grze. Tego typu modyfikacje są często używane do produkcji kinematograficznych – czyli *machinimas*. *Machinima* to forma animacji tworzonej przy użyciu silników gier komputerowych. Zamiast tradycyjnych technik animacji, twórcy używają gotowych już modeli i mechanik zawartych w grze. To trochę tak, jak przerabianie starej koszulki – fundament, czyli materiał już jest, a my możemy go przekształcić, by nadać mu drugie życie. Podczas nagrywania machinimy dokładne kontrolowanie *Simów* jest możliwe głównie dzięki modyfikacjom takim jak *Pose Player*, które umożliwiają dostosowanie pozy *Sima* do naszych potrzeb. Innym przykładem jest *T.O.O.L.* od użytkownika TwistedMexi, o podobnej funkcji. Wynikiem tych działań jest to, że kultura gry i aktywność modderów doprowadziła do powstania machinimy, ściśle łącząc ze sobą oba typy praktyk⁶.

Jako jedna z najpopularniejszych serii gier wideo, *The Sims* zawdzięcza swój sukces właśnie kulturze partycypacji. Poprzez *modding* i zaangażowanie społeczności, gracze stali się aktywnymi współtwórcami gry. Tworząc modyfikacje, wyzwania i treści udostępniane w galerii, wzbogacają rozgrywkę zarówno własną, jak i innych graczy. Widoczna chęć interakcji między fanami pozytywnie

⁵ J. Burgess, J. Green, *Youtube: Online Video and Participatory Culture*, Polity Press, Cambridge 2009, s. 1-14.

⁶ F. Kirschner, *From Games to Movies: Machinima and Modifications*, [w:] *Game Mods: Design, Theory and Criticism*, Erik Champion, ETC PRESS, Pittsburgh 2012, s. 149-164.

wpływa na atmosferę gry oraz promuje kreatywność, m.in. pod postacią machinimy. Bo *The Sims* to nie tylko gra, ale żywa społeczność, bez której marka nie byłaby tym, czym jest dzisiaj.

Bibliografia

Burgess J., Green J., *Youtube: Online Video and Participatory Culture*, Polity Press, Cambridge 2009.

EA Help, *The Sims 4 Policy on Mods*, <https://help.ea.com/en/help/the-sims/the-sims-4/the-sims-4-mods-policy/> [dostęp: 24.03.2025].

Jenkins H., *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2007.

Kirschner F., *From Games to Movies: Machinima and Modifications*, [w:] *Game Mods: Design, Theory and Criticism*, E. Champion, ETC PRESS, Pittsburgh 2012.

Price L., *The Sims: A Retrospective – A Participatory Culture 14 Years On*, https://www.researchgate.net/publication/301927291_The_Sims_A_Retrospective_-_A_Participatory_Culture_14_Years_On [dostęp: 24.03.2025].

Sihvonen T., *Players Unleashed! Modding The Sims and the Culture of Gaming*, https://www.researchgate.net/publication/259925496_Players_Unleashed_Modding_The_Sims_and_the_Culture_of_Gaming_by_Tanja_Sihvonen [dostęp: 24.03.2025].



Nie chodzi o pieniądze

Piractwo jako problem dostępności i wygody

W erze Web 2.0 piractwo internetowe stało się istotnym zjawiskiem społecznotechnologicznym. Rozprzestrzeniło się nie tylko jako praktyka omijania opłat, ale również jako odpowiedź na zmieniające się oczekiwania konsumentów. W świecie, gdzie natychmiastowy dostęp do treści staje się standardem, tradycyjne modele dystrybucji często nie nadążają za potrzebami odbiorców. Badania wskazują, że piractwo cyfrowe zaspokaja popyt społeczeństwa na szybkie, wygodne i łatwo dostępne treści – jak trafnie ujął to Lapan, analizując potrzeby współczesnego pokolenia – „on-demand generation”¹. Nie jest to wyłącznie kwestia oszczędności finansowej, ale także dostępności i wygody, których brakuje w wielu legalnych źródłach.

Piractwo cyfrowe jest bezpośrednio związane z postępem technologicznym. W przeciwieństwie do tradycyjnego fałszerstwa produktów fizycznych, koncentruje się na plikach cyfrowych rozpowszechnianych przez internet. W erze, w której dostęp do informacji jest niemal natychmiastowy, a globalna wymiana treści stała się codziennością, tradycyjne modele dystrybucji, opierające się na geograficznych i czasowych ograniczeniach, mogą wydawać się archaiczne i nieadekwatne do potrzeb współczesnych odbiorców.

Darmowe jest lepsze? Dylematy społeczne wokół piractwa

Według raportu z badania postaw społecznych na temat piractwa opublikowanego przez Stowarzyszenie Sygnał w 2021 roku¹, aż 42% respondentów kojarzy piractwo przede wszystkim z darmowym dostępem, a nie przestępstwem. Równocześnie 44% użytkowników internetu wyraża negatywną lub zdecydowanie negatywną opinię na temat piractwa treści wideo, podczas gdy 29% postrzega piractwo jako niebezpieczne i nieetyczne². Mamy więc do czynienia z paradoksem: piractwo jest potępiane, ale masowo stosowane – jako funkcjonalna alternatywa wobec niewydolnych modeli dystrybucji.

Uzupełnieniem tych danych mogą być wyniki badań przeprowadzonych przez *The American Assembly*³, które sugerują, że użytkownicy sieci *peer-to-peer* to często także aktywni konsumenci legalnych treści. Dla wielu osób piractwo pełni funkcję „okna wystawowego” – pozwala sprawdzić zawartość przed zakupem.

¹ Stowarzyszenie Sygnał, „*Piracki serwis wideo? Nie, dziękuję, wybieram bezpieczne!*”, Raport z badania postaw społecznych na temat piractwa internetowego treści audiowizualnych, <https://legalnakultura.pl/pl/czytelnia-kulturalna/badania-i-raporty/news/3781,piracki-serwis-wideo-nie-dziekujewyberam-bezpieczne#gsc.tab=0>, [dostęp:06.04.2025]

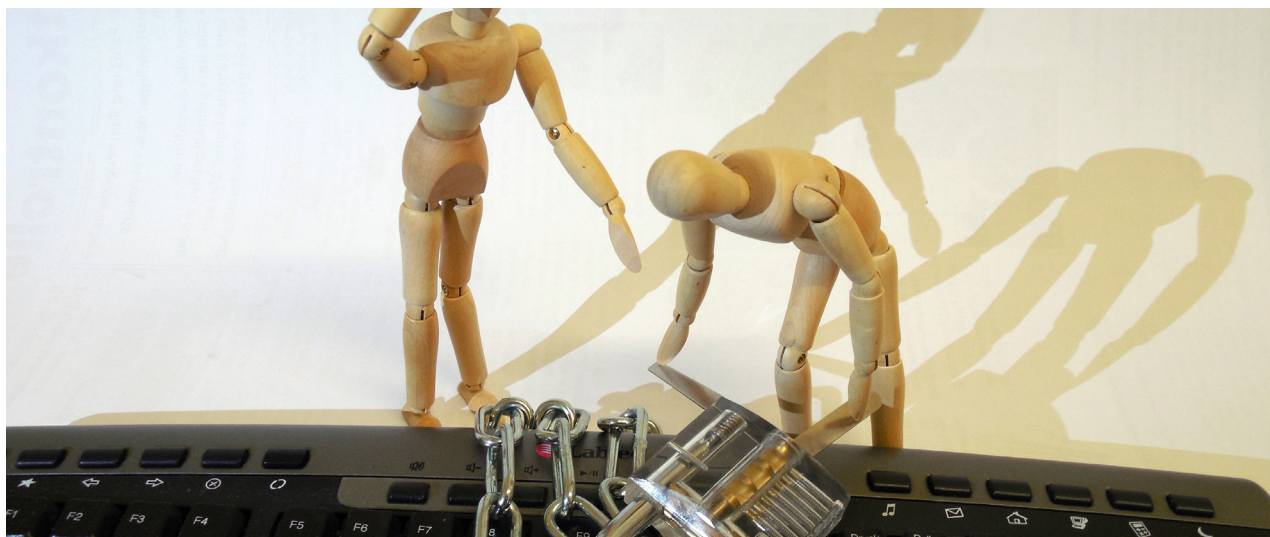
² L. Lapan, *Network Television and the Digital Threat*, „UCLA Entertainment Law Review” 2009, nr 2, s. 346.

³ *The American Assembly - Wnioski Z Badań*, <https://www.scribd.com/doc/110167531/The-American-Assembly-wnioski-z-badan>, [dostęp:06.04.2025].

Nie chodzi o pieniądze – dlaczego gracze piracą?

W 2011 roku Gabe Newell, współzałożyciel firmy Valve (twórcy Steama), podczas rozmowy z gazetą studencką Uniwersytetu Cambridge stwierdził: „Piractwo to problem z usługą, nie z ceną”⁴. Podkreślił, że kluczem do pokonania piractwa jest oferowanie usług lepszych niż te, które oferują pirackie kopie. Jeśli legalny produkt ma blokady regionalne, premiery opóźnione o miesiące i brak wygodnej dystrybucji, a piracki odpowiednik jest dostępny od ręki – to właśnie „pirat” oferuje lepszą usługę⁵.

Newell przewartościowuje tradycyjne podejście do piractwa. Zamiast postrzegać je jako problem moralny czy prawny, proponuje spojrzenie na nie jako na problem biznesowy – kwestię niedostosowania oferty do potrzeb konsumentów. Piractwo „kwitnie” nie dlatego, że ludzie nie chcą płacić za treści, ale dlatego, że legalne kanały dystrybucji są mniej dogodne niż nielegalne alternatywy.



Sukces Steam na rynku rosyjskim tylko potwierdza powyższą tezę: „Przed naszym debiutem na rynku rosyjskim otrzymywaliśmy opinie, że jest to bezcelowe, bo wszyscy tam korzystają z pirackich kopii naszych produktów. A teraz Rosja ma szansę stać się największym rynkiem [Steam] w Europie”⁶ zaznaczył CEO Valve.

To pokazuje, że gdy konsumentom oferuje się wygodny, szybki i przystępny cenowo dostęp do treści, wielu z nich chętnie wybiera legalną opcję. Steam zrewolucjonizował dystrybucję gier komputerowych, oferując natychmiastowy dostęp do tysięcy tytułów, częste promocje, funkcje społecznościowe i regularne aktualizacje. W odpowiedzi na te udogodnienia, miliony graczy na całym świecie, w tym na rynkach tradycyjnie uznawanych za bastiony piractwa, zdecydowały się przejść na legalną stronę.

⁴ G. Tito, *Valve's Gabe Newell says piracy is a service problem*, <https://www.escapistmagazine.com/Valves-Gabe-Newell-Says-Piracy-Is-a-Service-Problem/> [dostęp:06.04.2025].

⁵ Tamże.

⁶ Tamże.

Z pirata do subskrybenta: rewolucja Spotify

Spotify jest dziś jedną z najbardziej udanych odpowiedzi na cyfrowe piractwo w branży muzycznej. Sama koncepcja Spotify narodziła się jako bezpośrednia reakcja na rosnącą falę nielegalnego udostępniania muzyki. Co ciekawe, współtwórca Spotify, Daniel Ek, był wcześniej właścicielem platformy uTorrent — popularnego narzędzia do pobierania pirackich plików. Jak sam przyznał, to właśnie dogłębne zrozumienie piractwa pozwoliło mu zaprojektować usługę, która skutecznie z nim konkuruje⁷.

Model subskrypcyjny Spotify, oferujący „wszystko w jednym miejscu” i natychmiastowy dostęp do milionów utworów, okazał się bardziej atrakcyjny niż pirackie źródła – szczególnie dla mniej zaawansowanych technologicznie użytkowników. Platforma oferuje model freemium, co eliminuje główną „zaletę” piractwa: „braku kosztów”. Ponadto Spotify przewyższa pirackie serwisy pod względem jakości obsługi, dostępności, wygody oraz funkcji społecznościowych – użytkownicy mogą tworzyć playlisty, dzielić się utworami, korzystać z rekomendacji algorytmicznych i integrować usługę z mediami społecznościowymi. Platforma Spotify nie tylko zwalcza piractwo, co je wyprzedza – oferując lepszą funkcjonalność i doświadczenia użytkownika.

Bibliografia

- Lapan L., *Network Television and the Digital Threat*, „UCLA Entertainment Law Review” 2009, nr 2, s. 346.
- Lowery D., *A Tale of Two Pirates? Daniel Ek (Utorrent) and Kim Dotcom (Megaupload)*, <https://thetrichordist.com/2014/10/06/a-tale-of-two-pirates-daniel-ek-utorrent-and-kim-dotcom-megaupload/> [dostęp: 15.05.2025].
- Stowarzyszenie Sygnał, „*Piracki serwis wideo? Nie, dziękuję, wybieram bezpieczne!*”, Raport z badania postaw społecznych na temat piractwa internetowego treści audiowizualnych, <https://legalnakultura.pl/pl/czytelnia-kulturalna/badania-iraporty/news/3781,piracki-serwis-wideo-nie-dziekuje-wybierambezpieczne#gsc.tab=0>, [dostęp: 06.04.2025].
- The American Assembly - Wnioski Z Badań*, <https://www.scribd.com/doc/110167531/The-American-Assembly-wnioski-z-badan>, [dostęp: 06.04.2025].
- Tito G., „*Valve's Gabe Newell says piracy is a service problem*”, <https://www.escapistmagazine.com/Valves-Gabe-Newell-Says-Piracy-Is-a-Service-Problem/> [dostęp: 06.04.2025].

⁷ D. Lowery, *A Tale of Two Pirates? Daniel Ek (Utorrent) and Kim Dotcom (Megaupload)*, <https://thetrichordist.com/2014/10/06/a-tale-of-two-pirates-daniel-ek-utorrent-and-kim-dotcom-megaupload/>, [dostęp: 15.05.2025].

Reymont w Internecie

W dobie *fake newsów* nawet biografie najwybitniejszych postaci są narażone na przekształcenia. Zakłamaniu uległ między innymi życiorys Władysława S. Reymonta. Sytuację pogarsza niedostatek wiedzy na temat jego życia sygnalizowany w opracowaniach cenionych przez środowisko naukowe¹. Niski stopień odpowiedzialności za publikowane treści w Internecie powoduje, że dystrybuowane są kłamstwa i przeinaczenia. Większość daje się sprawdzić, jeśli sięgnąć do bardziej wiarygodnych źródeł, inne utrwalają się i funkcjonują jako prawdziwe bez poddania ich weryfikacji. Kolporterzy internetowi chętnie sięgają po biografie, ale nie po to, by je dostarczać w postaci neutralnej, lecz w celu ekspozycji tkwiących w nich – czasem w załączkach, czasem tylko w domysłach – elementów sensacyjnych. Zwykle należą do nich te ze sfery obyczajowej. Omawiane jest i oceniane przede wszystkim życie seksualne bohaterów owych internetowych „biogramów”: ich nieheteronormatywność czy niewierność, uzależnienia i nałogi, a także szeroko pojęte odstępstwa od konwencjonalnego życia. Może być bowiem groźna, zważywszy na odbiorcę – ucznia, dla którego Internet jest głównym dostarczycielem informacji.

Uczniowie szkół średnich czytają pierwszą część *Chłopów*, jednak podczas analizy tej lektury otrzymują jedynie szczątkowe informacje na temat samego autora – daty narodzin i śmierci, otrzymania Nagrody Nobla oraz uproszczone konteksty związane z jego twórczością, takie jak naturalizm czy chłopomania.

Młodzi ludzie przygotowujący się do egzaminu maturalnego lub poszerzający wiedzę na własną rękę sięgają po materiały dostępne w Internecie. Przestrzeń wirtualna jest pełna blogów, artykułów, filmów czy notatek, których autorzy często nie prezentują zweryfikowanych informacji, a korzystają jedynie z tych, w których tkwi element sensacyjny.. W rezultacie, wiele z tych treści wprowadza odbiorców w błąd.

Pierwszym przykładem jest Gabriel Maciejewski, autor bloga „Baśń jak niedźwiedź”, który opublikował artykuł *O ludziach, którzy nie są tym, kim się wydają*². Tekst, choć obszerny i zawierający liczne odniesienia do biografii Reymonta, obfituje w subiektywne i negatywnie nacechowane opinie. Maciejewski powiela przestarzałe tezy Jana Lorentowicza, przedstawiając Reymonta przede wszystkim jako osobę pochodzenia chłopskiego. W artykule powtarza się również niepotwierdzona anegdota o tym, jakoby Reymont pojawił się na obronie doktorskiej na paryskiej

¹ B. Koc, *Reymont. Opowieść biograficzna*, Ludowa Spółdzielnia Wydawnicza, 2000.

² G. Maciejewski, *O ludziach, którzy nie są tym kim się wydają*, <https://coryllus.pl/o-ludziach-ktorzy-nie-sa-tym-kim-sie-wydaja/> [dostęp: 03.04.2025].

Sorbonie w gumiakach, co miało potwierdzać jego „chłopskość”. Co więcej, Maciejewski powtarza nieprawdziwą pogłoskę sprzed lat, że prawdziwe nazwisko pisarza – Rejment – miało skandynawskie korzenie, co w kontekście artykułu posłużyło za pretekst do ironicznych komentarzy. Autor nie uwzględnia przy tym tak istotnych listów Reymonta do Lorentowicza. Po co miałyby czynić ten wysiłek? Dla autora blogu prawda ma mieć walor sensacji, ma kompromitować.



Maciejewski kreuje również obraz Reymonta jako osoby żadnej bogactwa, oskarżając go o sfalszowanie dokumentów w celu uzyskania odszkodowania po wypadku kolejowym. Bloger pisze: „Do czego służą pisarze realiści? Do zakłamywania rzeczywistości, do łgania w żywe oczy!”³, przyjmując za pewnik swoją... hipotezę.

Kolejnym przykładem zakłamywania biografii podług sensacji jest artykuł anonimowego autora opublikowany na portalu Dziennik.pl w 2007 roku pod sugestywnym tytułem *Reymont wyłudził odszkodowanie od zaborcy*⁴. Tytuł, oczywisty *clickbait*, zachęcający odbiorcę do lektury, sugeruje sensacyjne odkrycie. Autor powołuje się na notatki pacjentki, które miały potwierdzać, że Reymont sfalszował dokumenty medyczne, aby otrzymać odszkodowanie od kolei Warszawsko-Wiedeńskiej. Notatki te podobno odnalezione zostały po ponad stu latach w szufladzie biurka ówczesnego dyrektora szpitala, co rzecz jasna zakrawa na ogromną mistyfikację. W ten sposób Reymont jawi się potencjalnemu czytelnikowi, może uczniowi, jako wyłudziiciel i oszust. Autorzy przytoczonych artykułów potwierdzają przedstawione „fakty” poprzez usprawiedliwienie działań Reymonta pożytkiem: dzięki uzyskanym środkom mógł napisać *Chłopów* i zdobyć Nagrodę Nobla. Gdyby nagrody nie dostał, prawdopodobnie zostałby w tym artykule bezpardonowo oskarżany i odebrany mu wszelkie literackie zasługi. Taka narracja oburza, zwłaszcza gdy porówna się ją z rzetelnymi

³ Tamże.

⁴ *Reymont wyłudził odszkodowanie od zaborcy*, <https://kultura.dziennik.pl/artykuly/190836,reymont-wyludzil-odszkodowanie-od-zaborcy.html> [dostęp: 03.04.2025].

źródłami, takimi jak artykuł Witolda Kotowskiego⁵, który przytacza m.in. świadectwo lekarskie dr. Mieczysława Nartowskiego. Dokument ten wyraźnie wskazuje, że Reymont faktycznie doznał poważnych obrażeń i nie był zdolny do pracy. To, że miał problemy psychiczne, nie było widoczne na pierwszy rzut oka, ale uniemożliwiało pisarzowi tworzenie. I znów warto zauważyć, że czynnikiem przyczyniającym się do dyspozycji psychicznej, depresji i pourazowej, a zatem to, co w dzisiejszym świecie objęte zostało szczególną ochroną. Jakże sprzeczne z systemem współczesnych wartości są takie blogi. Zdaje się, że ich twórcy nie zdają sobie sprawy, że ich komentarze idą w poprzek nie tylko rzetelności, ale uderzają w wyznaczniki etyczne.

W kontraście do powyższych przykładów, Jerzy Klechta w artykule *Chciwa żona noblisty*⁶ przedstawia bardziej złożony obraz Reymonta. Autor potwierdza, że odszkodowanie otrzymane po wypadku – widać, że nadzwyczaj eksplorowane – umożliwiło pisarzowi sfinansowanie rozwodu Aurelii z jej pierwszym mężem i zapewniło im dostatnie życie. Klechta zwraca jednak uwagę, że Reymont był podporządkowany żonie, która narzucała mu surowe reguły życia codziennego. W tej narracji noblista nie jest przedstawiany jako osoba żadna bogactwa, lecz jako skromna, cicha, a przez to styranizowana przez żonę.

Jeszcze jednym analizowanym materiałem jest film opublikowany na kanale *Wiedza z wami*⁷, prowadzonym przez nauczycielkę języka polskiego, Izabelę Kasperek. Mimo względnej wartości



edukacyjnej tego kanału, w prezentowanym materiale pojawiają się uproszczenia i błędy. Kasperek – bardzo subiektywnie – przedstawia Reymonta jako człowieka niezdecydowanego, niezdolnego do pracy i skazanego na niepowodzenia. Opowiada o jego niechęci do wszelkich fizycznych zatrudnień, akcentuje brak zdolności. Dopiero dzięki pieniądзом z odszkodowania zyskał motywację do pisania, dzięki czemu napisał *Chłopów*. Kasperek twierdzi również, nie podając żadnego źródła, że Reymont nigdy nie odwiedził Łodzi podczas pracy nad *Ziemią obiecaną*. Tak jawne błędy, łatwe do weryfikacji, zostały skorygowane przez internautów, którzy pisali:

@czarownica1397, 6 lat temu:

„Czy mogłabym prosić o bibliografię do tego odcinka? Piszę aktualnie pracę licencjacką o Ziemi obiecanej i dziwię się dlaczego mówi Pani, iż Reymont nie był nigdy w Łodzi. Był. Mówią o tym choćby listy pisarza. Interesuje mnie również wspomniana kwestia wypadku i dopisania poniesionych w nim szkód przez Reymonta. Bardzo proszę o nazwisko badacza, na którego się Pani powołuje :)”⁸.

⁵ W. Kotowski, *Rok 1900 – katastrofa kolejowa Reymonta*, „Pamiętnik Literacki” 1974, nr 1, s. 185-201.

⁶ J. Klechta, *CHCIWA ŻONA NOBLISTY*, <https://jerzyklechta.blogspot.com/2015/10/chciwa-zona-noblisty.html> [dostęp: 03.04.2025].

⁷ <https://www.youtube.com/@wiedzazwami> [dostęp: 03.04.2025].

⁸ Komentarz pod filmem: https://www.youtube.com/watch?v=adHk-hAWmJk&ab_channel=Wiedzazwami [dostęp:

Przedstawione przykłady ilustrują problem nierzetelnych, stroniczych źródeł internetowych, które mogą kształtować fałszywy obraz Reymonta. Warto zwrócić uwagę, że w wynikach wyszukiwania hasła „bibliografia Reymonta” dominują treści o wątpliwej wiarygodności, podczas gdy materiały naukowe pozostają albo na dalszym planie, albo wręcz wcale nieuwzględnione. Konieczne jest zatem promowanie umiejętności krytycznej oceny źródeł, zwłaszcza wśród uczniów.

Każda próba ujęcia biografii Reymonta zmierzała do przybliżenia go internautom poprzez wskazanie jakiegoś epizodu kompromitującego. Internetowi twórcy za bardzo dali się ponieść plotkom, które przetrwały do XXI wieku. Nie weryfikując informacji, a chcąc przedstawić szokujące i zapadające w pamięć historie, przyczynili się do utrwalenia błędnego obrazu autora w przestrzeni publicznej.

Bibliografia

Kanał na platformie YouTube *Wiedza z wami* [dostęp 03.04.2025].

Klechta J., *Chciwa żona noblisty*, <https://jerzyklechta.blogspot.com/2015/10/chciwa-zona-noblisty.html> [dostęp: 03.04.2025].

Koc B., *Reymont. Opowieść biograficzna*, Ludowa Spółdzielnia Wydawnicza, 2000.

Kotowski W., *Rok 1900 – katastrofa kolejowa Reymonta*, [w:] „Pamiętnik Literacki” 1974 nr 1, s. 185–201.

Maciejewski G., *O ludziach, którzy nie są tym kim się wydają*, <https://coryllus.pl/o-ludziach-ktorzy-nie-sa-tym-kim-sie-wydaja/> [dostęp 03.04.2025].

Reymont wyludził odszkodowanie od zaborcy, <https://kultura.dziennik.pl/artykuly/190836,reymont-wyludzil-odszkodowanie-od-zaborcy.html> [dostęp: 03.04.2025].

Miniserialowe ekranizacje klasyki literatury rosyjskiej

Klasyczna literatura rosyjska była ekranizowana już od początków kinematografii. Pierwsza adaptacja *Anny Kareniny* Lwa Tolstoja powstała w 1911 roku w Imperium Rosyjskim i liczy już około 40 ekranizacji na całym świecie. Rekord pod tym względem (około 60 filmów bazowanych na powieści) posiada oczywiście powieść *Zbrodnia i kara* Fiodora Dostojewskiego.

Adaptacje filmowe literatury były realizowane na różne sposoby i przeszły szereg zmian na przestrzeni historii. Obecnie przyjmują formę filmów pełnometrażowych albo miniseriali, przy czym obie te metody różnią się kilkoma kluczowymi aspektami. Miniserial, w przeciwieństwie do znanych nam współcześnie seriali, charakteryzuje się krótką formą o ograniczonej liczbie odcinków. Prezentuje zamkniętą fabułę – z wyraźnym wstępem, rozwinięciem i zakończeniem, i nie przewiduje żadnych kontynuacji. Jest to dość oczywiste w przypadku ekranizacji tekstu przynależącego do literatury klasycznej, który jest utworem pełnym, zakończonym.

Inną tendencją w tworzeniu ekranizacji jest osadzanie utworów klasycznych we współczesnych realiach, w celu podkreślenia ich ponadczasowości. Takie kreacje mogą przyjmować formę filmów pełnometrażowych – jak *Sala numer 6* (*Palata N°6*, reż. Aleksandr Gornovsky, Karen Szachnazarow, 2009). Film ten oparty na opowiadaniu Antona Czechowa o tym samym tytule, realizujący styl paradokumentalny, opowiada o problemach współczesnej Rosji. Znane są również krótkometrażowe produkcje jak *Ciemna jak noc. Anna Karenina* (*Tyomnaya kak noch'. Anna Karenina*, reż. Rada Nowikowa), którego narracja skupiona jest na problemach kobiet i ich pozycji we współczesnej idei małżeństwa. Także bardzo częstym rozwiązaniem jest forma serialowa. Warto zwrócić uwagę na niedawno powstały miniserial (10 odcinków) – *Zbrodnia i kara* (*Prestuplenie inakazanie*, Kinopoisk, 2024), który jest bardzo swobodną interpretacją utworu Dostojewskiego. Twórcy ponownie stawiają pytania, które znamy z powieści i konstruują z nich moralną zagadkę, jednocześnie portretując rosyjskie społeczeństwo.



Miniseriale stanowią jak widać bardzo szeroki materiał badawczy, zwłaszcza w odniesieniu do rosyjskich powieści klasycznych, stąd chcę wprowadzić czytelników w niuanse tego formatu.

Kontekst historyczny

Pierwsze ekranizacje literatury klasycznej mają charakter znaku ikonicznego – nie odwzorowują oryginału, lecz nawiązują do niego. Spójrzmy na *Annę Kareniną* (*Anna Karenina*, reż. Moris Metr, 1911) – adaptację trwającą zaledwie piętnaście minut i portretującą tylko kilka elementów fabularnych, takie jak relacje Anny z jej mężem, z kochankiem Wronskim, oraz samobójstwo bohaterki, wiele wątków z powieści pomijając. Twórcy wczesnych adaptacji zakładają, że widz zna literacki pierwowzór i oglądając kluczowe sceny, doceni ich wizualizację. Natomiast odbiorca nieobeznany z powieścią miał odebrać film jako samodzielne dzieło.

W ZSRR, przy szybkim rozwoju telewizji jako jednego z głównych przekazników informacji i propagandy po II wojnie światowej, od połowy lat 50. zaczęto produkować tzw. wieloodcinkowe filmy telewizyjne. Pierwszym z nich była czteroczęściowa heroiczna opowieść o II wojnie światowej *Wywołujemy ogień na siebie* (*Vyzyvaem ogon' na sebya*, Pierwszy program Centralnej Telewizji ZSRR, 1965). Filmy telewizyjne zazwyczaj miały wyraźnie określone ramy fabularne lub w całości były oparte na dziele literackim, a ich pełen scenariusz powstawał jeszcze przed rozpoczęciem zdjęć. Sowieckie filmy telewizyjne liczyły najczęściej od dwóch do czterech odcinków, a ich długość wahała się od 50 do 90 minut¹.

Rozkwit tego gatunku filmowego przypadł na lata 70. XX w. Dla filmów telewizyjnych z tamtego okresu charakterystycznym zabiegiem było przejście od heroizmu i romantyzmu, opartego na ideologii oraz wydarzeniach II wojny światowej, do intelektualnej gry i festiwalu ironii:

Lata 70. to okres, kiedy odchodziły w przeszłość patos i heroizm, a wraz z nimi społeczna energia, wola do odnowy i chęć do zmiany miejsca. Iluzja ekonomicznej stabilności, ulotna, ale mimo wszystko pewność jutra stawały się dla obywatela głównymi cechami tego czasu. To była epoka domowych szlafroków i wytartych kapci, dlatego historycznie było naturalne, że właśnie wtedy nastąpił prawdziwy rozkwit telewizyjnego filmu wieloodcinkowego – kulturalnego towaru „z dostawą do domu”².

Dziełem radzieckiej kultury masowej były właśnie filmy telewizyjne. Należy wspomnieć o *Siedemnastu mgnieniach wiosny* (*Semnadtsat' mgnoveniy vesny*, Pierwszy program Centralnej Telewizji ZSRR, 1973), czy komedii Eldara Riazanowa – *Szczęśliwego Nowego Roku* (*Ironiya sud'by, ili S lyogkim parom!*, Pierwszy program Centralnej Telewizji ZSRR, 1976). Dużą popularnością cieszą się do dziś adaptacje literatury klasycznej – *12 krzesel* (12 stulyev, Pierwszy program Centralnej Telewizji ZSRR, 1977), *Dni Turbinów* (*Dni Turbinykh*, Pierwszy program Centralnej Telewizji ZSRR, 1976), czy *Martwe dusze* (*Myortvye dushi*, Pierwszy program

¹ L. Arkus, I. Vasil'eva, I. Pavlova, *Televizionnoe kino v SSSR*, https://web.archive.org/web/20170223064308/http://2011.russiancinema.ru/index.php?dept_id=15&e_dept_id=6&text_element_id=36 [dostęp: 22.02.2025].

² Tamże.

Centralnej Telewizji ZSRR, 1984).

Po rozpadzie Związku Radzieckiego w 1991 roku rosyjska telewizja przeszła okres prywatyzacji i liberalizacji, co spowodowało znaczący spadek produkcji filmów telewizyjnych. W latach 2000. nastąpił wzrost produkcji miniseriów opartych na klasycznej literaturze. Powstały wtedy między innymi *Mistrz i Małgorzata* (*Master i Margarita*, Rossiya, 2005), *Idiota* (*Idiot*, Rossiya, 2003), *Doktor Żywago* (*Doktor Zhivago*, Rossiya, NTV, 2006). Produkcje często były tworzone przy wsparciu Federalnej Agencji Kultury i Kinematografii, a transmitowano je premierowo na państwowym kanale *Rossiya-1*, co świadczy o ponownym zainteresowaniu się sektorem filmowym przez państwo.

Nie można zaprzeczyć, że rosyjskie filmy telewizyjne z lat 2000 stanowią odpowiednik zachodniego miniseriału.



Oba te formaty opowiadają zamkniętą historię i posiadają ograniczoną liczbę odcinków. Różnica między nimi tkwi w metodach dystrybucji i ich odbioru. Filmy telewizyjne wiązały się z wypuszczeniem jednego odcinka tygodniowo albo miesięcznie, co wykluczało możliwość *binge-watchingu* (oglądania wszystkich odcinków z rzędu), i w tym różnią się od współczesnych ofert platform streamingowych. Jednak współczesne przykłady, takie jak wspomniana *Zbrodnia i kara* z 2024 roku dystrybuowana na rosyjskiej

platformie streamingowej *Kinopoisk*, są bardzo zbliżone pod względem dyspozycji i dystrybucji do amerykańskich produkcji, takich jak na przykład *Gambit królowej* (*The Queen's Gambit*, Netflix, 2020), gdzie cały sezon, w tym przypadku składający się z siedmiu odcinków, zostaje opublikowany jednego dnia.

Sposoby na ekranizację

Są dwie opcje w ekranizowaniu literatury klasycznej. Pierwszą jest stworzenie pełnometrażowego filmu. Wymaga to dokonania przez realizatorów selekcji scen i wątków fabularnych z literackiego pierwowzoru. Z jednej strony wiąże się to z silnie okrojoną fabułą powieści, z drugiej pozostawia filmowcom większą swobodę i umożliwia przedstawienie własnej interpretacji utworu.

Za przykład może posłużyć ekranizacja *Mistrza i Małgorzaty* (*Master i Margarita*, reż. Michael Lokshin, 2024). Lokshin przekształcił fabułę pierwowzoru - zredukował wątki religijne

do minimum, a skupił się na problemie twórcy – cenzura, jednostka a państwo autorytarne bądź totalitarne. Film prezentuje współczesną realizację tematów zawartych w powieści Bułhakowa. Należałoby wspomnieć także o adaptacji powieści Tołstoja – *Anna Karenina* (*Anna Karenina*, reż. Joe Wright, 2012), która otrzymała kolejny wymiar, poprzez wprowadzenie dynamicznej scenografii, inspirowanej teatrem. Tego rodzaju modyfikacje nadają utworowi nową interpretację i stanowią komentarz reżysera wobec wierności oryginałowi i stanowiska autora³.

Drugą opcją adaptacyjną jest stworzenie miniserialu. Taki format pozwala na dokładną ekranizację pierwowzoru, nie przekształcając zbyt wiele materiału źródłowego. Zachowując wierność oryginałowi, swoboda twórcza realizuje się przez grę aktorską, sferę wizualną bądź dźwiękową filmu. Komentarz reżysera w takim przypadku zostaje wyrażony bardziej subtelnie, na przykład w rozłożeniu akcentów na różne części dzieła.

Wspomniany już serial *Mistrz i Małgorzata*, wyreżyserowany przez Władimira Bortkę i emitowany premierowo w 2005 roku, jest bardzo wiernym odwzorowaniem powieści Bułhakowa. Reżyser nie pominął żadnej postaci ani wątku fabularnego. Powstanie takiego miniserialu oferuje krótki czas przed ekranem, zastępując godziny czytania. To pokazuje, że literatura klasyczna w swej najprostszej postaci – sprowadzona do imion bohaterów, tematyki utworu – funkcjonuje w zbiorowej świadomości, jednak nie stało się to w wyniku lektury utworu. Może to świadczyć o zmieniającej się współcześnie roli książek, a może nawet o stopniowym zaniku literatury jako głównego medium.

Bibliografia

Arkus L., Vasil'eva I., Pavlova I., *Televizionnoe kino v SSSR*, https://web.archive.org/web/20170223064308/http://2011.russiancinema.ru/index.php?dept_id=15&e_dept_id=6&text_element_id=36 [dostęp: 22.02.2025].

Choczaj M., *O adaptacji, ekranizacji, przekładzie intersemiotycznym i innych zmartwieniach teorii literatury, filmu i mediów*, „Przestrzenie teorii” 2011, nr 16, s. 12-13.

³ M. Choczaj, *O adaptacji, ekranizacji, przekładzie intersemiotycznym i innych zmartwieniach teorii literatury, filmu i mediów*, „Przestrzenie teorii” 2011, nr 16, s. 12-13.



Napisz do nas!



@badaczynm



Koło Badaczy
Nowych Mediów UŁ

nowe
media

Koło naukowe
**Badaczy Nowych
Mediów**