

Władza sieci, którą Castells definiuje za Davidem Grewalem, oznacza standardy, za pomocą których w skali globalnej następuje koordynacja sieciowych aktorów. Standardy wg. Grewala powinny spełniać następujące warunki: standardy koordynujące są bardziej wartościowe i używa ich większa liczba osób, a dynamika, będąca formą władzy, prowadzi do eliminacji alternatyw umożliwiających dokonywanie wolnych wyborów. Globalna koordynacja odbywa się dzięki dokonaniu wyboru i udzieleniu pierwszeństwa wybranemu rozwiązaniu, sytuując go ponad innymi, które z kolei ulegają eliminacji. Standardy koordynujące Grewala Castells definiuje jako protokoły komunikacyjne, zdolne nie tylko do realizacji władzy poprzez wyłączenia z sieci, ale także do narzucania reguł bycia do sieci włączonym¹⁴⁸.

Władza usieciowiona polega na zdolności aktorów społecznych do narzucenia woli innym. Jest to efektem strukturalnej możliwości dominacji osadzonej w instytucjach społecznych – są to organizacje międzynarodowe, państwa oraz rynek, jako obszar zależności finansowych. Każda sieć, jak pisze Castells, „[...] definiuje własne relacje władzy, uzależnione od zaprogramowanych w niej celów. Źródłem władzy jest zdolność określania decydujących treści i narzucania ich innym. Władzę mimo, iż działa w odmiennym środowisku należy definiować tradycyjnie, jako zdolność wpływania na innych”¹⁴⁹.

Władza tworzenia sieci polega na sprawowaniu kontroli poprzez wykorzystanie mechanizmów tworzenia sieci i programowania ich zgodnie z założonymi celami oraz łączenia i kooperacji różnych sieci poprzez łączenie zasobów oraz wyznaczanie wspólnych celów, co skutkuje wypieraniem konkurencji. Jak twierdzi Castells, tworzenie władzy w sieci poprzez „zdolność programowania celów sieci (podobnie jak zdolność ich przeprogramowania) jest oczywiście decydująca, ponieważ raz zaprogramowana sieć będzie działała skutecznie sama rekonfigurując własną strukturę i węzły, aby osiągnąć zapisane w niej cele. [...] drugim źródłem władzy jest kontrola punktów łącznikowych między różnymi sieciami o strategicznym znaczeniu”¹⁵⁰. Konkretnie systemy wzajemnego oddziaływania kreują nowe elity, których władza polega na zdolności negocjowania nowych form zależności i dominacji.

Castells upatruje źródeł władzy sieciowej w tych samych przestrzeniach, w których władza regulowała stosunki społeczne przed erą

¹⁴⁸ Ibidem, s. 54.

¹⁴⁹ Ibidem, s. 55.

¹⁵⁰ Ibidem, s. 56–57.

technologii, podkreśla jednak, iż zmianie uległo terytorium, w którym relacje władzy działają. Władza niezmiennie polega na wykluczeniu, relacje zaś zorganizowane są wokół sieci i regulują to, co globalne i lokalne. Jak pisze: „[...] strategicznie sieci mają zasięg globalny, istnieje jednak forma wyłączenia – a więc władzy – wszechobecna w świecie sieci: łączenie wszystkiego, co wartościowe, z globalnością, a wyłączanie i pozbawianie wartości tego, co lokalne. [...] przestrzeń w społeczeństwie sieci jest skonfigurowana wokół opozycji między przestrzenią przepływów (globalność) a przestrzenią miejsc (lokalność)”¹⁵¹.

Na konkretnym przypadku najpopularniejszego na świecie serwisu Facebook władzę sieciową opisuje Marta Majorek, wskazując, że powszechnie wykorzystywany podczas protestów społeczno-politycznych serwis cechuje brak przejrzystości praktyk funkcjonowania w jego przestrzeni, przy jednoczesnym intensyfikowaniu aktywności komunikacyjnej uzasadnianej mitem wspólnotowości, co tworzy wrażenie, iż Facebook to „idea zbiorowej i wolnej przestrzeni komunikacji dla ciebie i dla mnie, dla nas, dla ludzi”¹⁵². Można zatem przewidywać, że brak przejrzystości praktyk funkcjonowania w serwisie Facebook (co prowadzi do zarządzania treścią w sposób celowy i spójny z misją, jaką przypisuje sobie ten konkretny serwis społecznościowy) może generować zainteresowanie i ekspozowanie treści spójnych z wypełnianiem tejże misji. Jednocześnie oznacza to selektywne podejście do treści, tak aby była spójna z promowanymi wartościami.

W kontekście analizy kontroli zasobów sieciowych warto zwrócić uwagę także na zagadnienie relacji centrum i peryferii, nie tylko w kwestii zasięgu i zainteresowania przekazywanymi treściami, ale także kompetencji użytkowników, które oddziałują na poziom zaangażowania. Jak pisze Charles Tilly, nowe ruchy społeczne, jak również idea ich umiędzynarodowienia, służą głównie aktywistom mieszkającym w bogatych regionach świata z dobrym dostępem do sieci¹⁵³. Laura Stein, badając faktyczne wykorzystywanie internetu i komunikacji sieciowej przez nowe ruchy społeczne, podkreśla istniejące deficyty funkcjonalne w stosowaniu nowych technologii komunikacyjnych przez owe ruchy. Jej ustalenia badawcze wskazują, iż większość ruchów społecznych działających w przestrzeni lokalnej (Majorek posługuje się terminem „przestrzeń krajowa”) nie wykorzystuje w pełni swoich zasobów internetowych. Wynika to z prowadzenia rutynowej komunikacji, a także z nieznajomości po-

¹⁵¹ Ibidem, s. 61.

¹⁵² M. Majorek, *Anarchizm 2.0*, op. cit., s. 251.

¹⁵³ Ch. Tilly, *Social Movements 1768–2004*, London: Paradigm 2004, s. 121–123.

tencjału używanych technologii¹⁵⁴. Analizy dowodzą jednak, iż sytuacja zmienia się dynamicznie, nie tylko gdy mowa o wpływie nowych mediów na zacieranie różnic w procesach komunikowania sieciowego, ale także w kwestii wzrostu kompetencji aktywistów i liderów, którzy coraz sprawniej wykorzystują media społecznościowe do efektywnej komunikacji. Potwierdzają to badania Jeffreya Jurisa, który twierdzi, że technologie komunikacyjne pełnią coraz istotniejszą rolę w przypadku aktywizacji ruchów społecznych, w tym ruchów protestu, promując alternatywne wizje społeczeństwa. Juris podkreśla rolę aktywistów dla kulturowego znaczenia działań podejmowanych w sieci. Odnosząc się do otwartego systemu działania sieci, Juris odwołuje się do roli, jaką sieć pełni w rozwoju form polityki demokracji bezpośredniej, kształtując polityczne praktyki w działaniach aktywistów¹⁵⁵.

Podsumowując ustalenia teoretyczne, należy zwrócić uwagę, iż korelacja zróżnicowanego dostępu aktywistów do korzystania z zasobów sieci oraz kompetencje samych użytkowników do tworzenia treści i uczestnictwa w globalnym obiegu informacji wpływają na realizację władzy komunikacji, definiując ją jako płaszczyznę ograniczonej inkluzywności. Polityka wspierania określonych idei i wartości przez same serwisy społecznościowe, które wykorzystują swoje funkcjonalności, aby za ich pośrednictwem umożliwiać, a także upowszechniać treści, jakie dotyczą chociażby realizacji protestów, wynika z prodemokratycznego sytuowania się serwisów, które deklarują misję powszechnego dostępu, ale także sprzyjając wizerunkowym aspektom, dzięki którym promowany jest obraz serwisów jako globalnych i wolnych przestrzeni dyskursu. Jako dowód na poparcie tych słów można również potraktować szczególne działania, jakie podejmują serwisy podczas protestów. W tabeli 6, gdzie zidentyfikowano „twitterowe rewolucje”, podano przykłady Twittera i Google’a, jako tych serwisów, które podjęły działania umożliwiające protestującym korzystanie z serwisów pomimo ich zablokowania przez władze.

¹⁵⁴ L. Stein, *Social Movement Web Use in Theory and Practice: A Content Analysis of US Movement Websites*, „New Media & Society” 2009, Vol. (5), https://www.researchgate.net/publication/249689676_Social_movement_web_use_in_theory_and_practice_A_content_analysis_of_US_movement_websites [dostęp: 9.01.2019].

¹⁵⁵ J.S. Juris, *Networking Futures*, op. cit., s. 11–15.

2.5. Interakcje społeczne i przekaz symboliczny w protestach społeczno-politycznych

2.5.1. Interakcje społeczne

Pojęciem „modelowego rodzaju interakcji” Sztompka określa sekwencje działań skierowanych wzajemnie pomiędzy jednostkami, przy zachowaniu tego samego miejsca, osób i czasu. Takie interakcje określa się bezpośrednimi. W teoriach opisujących interakcje w rozumieniu socjologicznym zwraca się uwagę: na zachowania jednostek (teoria behawioralna); na wymianę dóbr lub wartości pomiędzy jednostkami (teoria wymiany, częściej obecnie definiowana jako teoria racjonalnego wyboru); na komunikację (teoria symbolicznego interakcjonizmu) oraz na kontrolowanie wrażeń: *impression management* (teoria dramatyczna). Pokróćce warto omówić każdą z nich.

Teoria behawioralna opiera się na analizie bodźców i reakcji jednostek, które wchodzą wzajemnie w interakcje i są od siebie zależne. Jak pisze Stanisław Mika, w interakcji partnerzy wzajemnie na siebie oddziałują, zachowania jednej z osób są zbiorem bodźców dla drugiej strony, która na nie reaguje, wywołując tym samym odpowiedź pierwszej. Proces trwa, dopóki jedna ze stron go nie przerwie¹⁵⁶. Piotr Sztompka twierdzi, że interakcja to zjawisko obserwowalne zewnętrznie, związane z działaniami i zachowaniami jednostek, niezależne od znaczeń kulturowych¹⁵⁷. Teoria powołana przez Roberta Fairchilda i rozwinięta przez George'a Homansa uznana została za ubogą poznawczo, interakcje są trudne do odczytania.

Teoria wymiany i racjonalnego wyboru podkreśla interakcję jako wzajemną wymianę dóbr i wartości pomiędzy jednostkami. Zakłada się, że obaj partnerzy działają racjonalnie, a zatem podejmują działania świadomie i celowo dla zaspokojenia własnych subiektywnych potrzeb, rozumianych materialnie i niematerialnie. Ideą przewodnią teorii wymiany jest wzajemność, która oznacza współmierność wymienianych wartości, rozumianą subiektywnie przez uczestników interakcji.

Interakcjonizm symboliczny zwraca uwagę na interakcje w rozumieniu procesu komunikowania, w którym przedmiotem wymiany są nie wartości materialne, ale idee i symbole. Do interakcji dochodzi, jeśli jednostki rozumieją się wzajemnie, odczytują poprawnie kody kulturowe i stosowane w procesie wymiany intelektualnej symbole i znaczenia.

¹⁵⁶ S. Mika, *Wstęp do psychologii społecznej*, Warszawa: PWN 1972, s. 154–155.

¹⁵⁷ P. Sztompka, *Socjologia*, Kraków: Społeczny Instytut Wydawniczy Znak 2007, s. 74.

Teoria dramaturgiczna polega na analizie interakcji (twórca teorii, Erving Goffman, wskazał analogię życia codziennego do teatru), które podejmują jednostki, aby wywrzeć wrażenie na innych. Wykorzystują w tym celu różne działania, których efektem ma być kontrolowanie wrażeń i autoprezentacja prowadząca do pozytywnego odbioru w oczach partnera interakcji. Jak pisze Goffman:

Na wyrazistość jednostki (i stąd na jej zdolność wywierania wrażenia) składają się dwa zasadniczo odmienne rodzaje symbolicznych działalności: wrażenia, które ona przekazuje (*gives*) i które wywołuje (*gives off*). Pierwszy rodzaj działalności obejmuje symbole werbalne lub ich substytuty, zdaniem wszystkich stosowane przez jednostkę wyłącznie w celu przekazania tych informacji, które ona oraz inni przypisują tym symbolom. Jest to komunikowanie się w wąskim i tradycyjnym rozumieniu tego słowa. Drugi rodzaj symbolicznej działalności obejmuje szeroki zakres działań, które inni mogą traktować jako charakterystyczne dla osoby działającej, przyjmując przy tym, że działania te były podjęte z innych powodów niż przekazanie informacji¹⁵⁸.

Teorię Goffmana, zakładającą, że ludzie oszukują, kreując swój wizerunek i odgrywając role, tak aby łatwiej uzyskiwać cele czy sprawiać pożądaną wrażenie, rozwinął Charles H. Cooley, wprowadzając pojęcie „jaźni odzwierciedlonej”. Zdaniem Cooleya ludzie kształtują swój wizerunek, kierując się reakcjami osób, z którymi wchodzi w interakcje. Partnerzy interakcji stanowią powód, dla którego jednostki dokonują krytycznej autooceny regulującej poziom ich konformizmu wobec otoczenia¹⁵⁹. Jurgen Habermas uważa, że jaźń ma charakter indywidualny i jest kreowana w drodze społecznego uzewnętrznienia, co wynika z przekształceń strukturalnych, jakie powodują przechodzenie od relacji związania jednostki z grupą (*social bonds*) do włączania się jednostek w sieci relacji (*social networks*)¹⁶⁰. Te przeobrażenia, modernizujące i wspierające charakter relacji indywidualnych, są jednocześnie egzemplifikacją interakcjonizmu symbolicznego, który jest warunkowany kulturowo i tożsamościowo.

Interakcje społeczne mają charakter interakcji symbolicznych o charakterze interpretacyjnym, co pozwala na przypisywanie znaczenia zachodzącym wydarzeniom, kontekstom czy relacjom. Działania zbiorowe zazwyczaj prezentują wymiar symboliczny; także relacje prowadzą do sym-

¹⁵⁸ E. Goffman, *Człowiek w teatrze życia codziennego*, tłum. H. Datner-Śpiewak, P. Śpiewak, oprac. J. Szacki, Warszawa: Wydawnictwo KR 2000, s. 32.

¹⁵⁹ J. Mucha, Cooley [hasło], [w:] *Encyklopedia Socjologii*, t. 1: A–J, red. nauk. A. Kojder et al., Warszawa: Oficyna Naukowa 1998, s. 99–101.

¹⁶⁰ E. Hałas, *Symbole i społeczeństwo. Szkice z socjologii interpretacyjnej*, Warszawa: Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego 2007, s. 97.

bolicznych reakcji. W protestach symbole nie tylko nawołują do działania, ale mogą generować określone zachowania, które, choć krótkotrwałe, powodują skutki o istotnym znaczeniu, włącznie ze zmianą społeczną.

Zapośredniczona komunikacja internetowa tworzy quasi-interakcje, tak o charakterze formalnym, jak i nieformalnym. Formalne quasi-interakcje dotyczą rozmów inicjowanych i prowadzonych w sposób sformalizowany, zaś te nieformalne przejawiają się w zwykłych rozmowach, wyrażających formy bliskości, oraz w używaniu symbolicznych nośników emocji, humoru (*emotikony*). Quasi-interakcje sieciowe prowadzą do zarządzania obrazem, w którym dochodzi do przekazywania nie tylko wiadomości, ale i informacji o skonstruowanej tożsamości własnej. Jak pisze Darren Lilleker, znajomi na Facebooku oceniają zdjęcia, posty, komentując je bądź udostępniając, co stanowi tylko jeden z przykładów, że quasi-interakcje wzmacniają wspólnotowe zasady zaangażowania, w których chodzi nie tylko o zainteresowanie i motywacje do dalszych interakcji powodujących uczestnictwo, ale także o wzajemność i uzyskanie informacji zwrotnych¹⁶¹.

2.5.2. Znaczenie symboli we współczesnym społeczeństwie

Pierre Bourdieu w teorii społecznego systemu symbolicznego zaznaczył, iż świat społeczny istnieje obiektywnie jako system symboliczny zorganizowany według logiki różnicy¹⁶². Podobnie Émile Durkheim, który podkreślał, że „postacie życia społecznego w każdym momencie dziejów mogą istnieć tylko dzięki rozległemu systemowi symboli”¹⁶³. Jak twierdzi za Alfredem M. Whiteheadem Elżbieta Hałas, „symbolizm nie tylko podtrzymuje istnienie społeczeństw, ale także umożliwia zmianę społeczną”¹⁶⁴. Identyfikując konstruowanie symboli jako zjawisko społeczne, przyjmuje się, że symbole tworzą społeczeństwo. Dzieje się tak za sprawą praktyk społecznych, jakie przejawiają się w działaniach społecznych, w interakcjach pomiędzy jednostkami oraz uwidaczniających w procesach komunikacji symbolicznej, które nadają treści relacjom społecznym. Zdaniem Ivo Streckera wykorzystanie symboli w procesie komunikowania ma wy-

¹⁶¹ D.G. Lilleker, *Political Communication and Cognition*, Basingstoke: Palgrave Macmillan 2014, s. 465–468.

¹⁶² P. Bourdieu, *Social Space and Symbolic Power*, „Sociological Theory” 1989, Vol. 1, s. 20.

¹⁶³ E. Durkheim, *Elementarne formy życia religijnego. System totemiczny w Australii*, tłum. A. Zadrożyńska, Warszawa: PWN 1990, s. 223.

¹⁶⁴ E. Hałas, op. cit., s. 12.

miar społeczny: symbole stają się częścią komunikacji¹⁶⁵. Ernst Cassirer, propagujący symbolizm społeczny, zakładał, że symbole są częścią mitów politycznych, a za sprawą masowego ich wytwarzania można formułować tezę o panowaniu symbolicznym w społeczeństwie¹⁶⁶. Cassirer wyróżniał trzy typy symbolizmu: ekspresyjny, konceptualny oraz reprezentacyjny. Symbolizm ekspresyjny zawiera w sobie obrazowo identyfikowalne emocje (znaki, symbole, obrazy). Symbolizm konceptualny wynika z interpretacji, a sekwencja znaczeń ma charakter wieloznaczny: oprócz znaczenia bezpośredniego zawiera w sobie także znaczenie pośrednie, które jest efektem celowego działania komunikacyjnego nadawcy. Nadawca podejmuje próbę przekazu informacji wymagającej interpretacji, zaś odbiorca do odczytu wykorzystuje własne doświadczenia. Symbolizm reprezentacyjny stanowi koniunkcję obu typów symbolizmu – identyfikującego emocje w obrazach i znakach oraz uwzględniającego konieczność interpretacji przekazów wieloznacznych. Teorię Cassirera rozwijał Norbert Elias, pisząc, iż symbole umownie można podzielić na dotyczące rzeczywistości i fantazji nacechowanych emocjami. Za sprawą tych drugich można wzbudzać zainteresowanie oraz wywoływać emocje¹⁶⁷. Teoria Cassirera dotycząca symbolizmu jako mitu politycznego nabiera szczególnego znaczenia w przypadku tworzenia przekazów w sytuacji sieciowych protestów społeczno-politycznych. Treści wykorzystywane dla agregowania sieciowego kapitału społecznego mają wymiar tak polityczny, jak i kulturowy. Łączą w sobie przekazy, jakie za sprawą wykorzystanych symboli i obrazów, a zarazem ich interpretacji wynikającej z afektywnej percepcji treści przez jednostki, nabierają znaczenia komunikacyjnego. Przykładem takiego przekazu stosowanego podczas protestów politycznych jest wykorzystywanie rozpoznawalnego wizerunku rewolucjonisty, idola zrewoltowanej młodzieży Che Guevary, który powszechnie odczytywany jest jako symbol kontestowania konsumpcjonizmu i imperializmu amerykańskiego. Wykorzystywane symbole, wywołując efekt dramaturgiczny, wpływają na konstruowanie polityki, a w konsekwencji rzeczywistości społecznej, generując potencjalnie możliwość zmiany społecznej. Sterowanie emocjami jednostek w konstruowanych przekazach, poprzez odwoływanie się do określonej symboliki, ma charakter również manipulacyjny. Podczas konfliktów, jakich odmianą są protesty sieciowe, symbolika wynikająca z obrazu i używanych znaków ma zazwyczaj charakter referencyjny, co oznacza niepełne odnoszenie się do rzeczy-

¹⁶⁵ I. Strecker, *The Social Practice of Symbolisation. An Anthropological Analysis*, London: The Athlone Press 1988, s. II.

¹⁶⁶ E. Cassirer, *The Myth of the State*, New Haven: Yale University Press 1946, s. 282.

¹⁶⁷ N. Elias, *The Symbol Theory*, London: Sage 1991.

wistości i sterowanie przekazami w taki sposób, aby wykonywać „gesty wyłącznie symboliczne”¹⁶⁸. Przekazy niepełne, mające charakter wyłącznie symboliczny, na tyle silnie oddziałują afektywnie na jednostki (wywołując negatywne skojarzenia, lęki), że mogą powodować wzrost zainteresowania protestem i mobilizować jednostki wokół wydarzenia. Wykorzystywane przez organizatorów i liderów wydarzeń Sunflower Movement obrazy Mao Tse-Tunga, symbolicznie obrazujące relacje rządzącej podczas protestów Tajwanem partii narodowej Kuomintangu z Chińską Republiką Ludową, wywoływały strach u manifestujących, który jednocześnie uzasadniał protest tak w ich odbiorze, jak również w percepcji tajwańskiej opinii publicznej oraz zwolenników Rewolucji Słoneczników w innych krajach¹⁶⁹.

Wyrazem symbolicznej ekspresji są rytuały, poprzez które następuje transmisja relacji społecznych w sposób wystylizowany i udratyzowany. Rytuały służą do wzmacniania poczucia tożsamości, więzi społecznych i solidarności grupowej. Za pośrednictwem rytuałów odnoszących się do symboli następuje kreacja kolektywnego „my”, odwołującego się do symbolicznej i kulturowej wspólnoty, skupionej w opozycji do niesprawiedliwości reprodukowanej dodatkowo przez sektor medialny. Media społecznościowe, jako kanały utożsamiające wolność i przekaz alternatywnych treści, stają się tymi narzędziami, które nie tylko wykorzystują rytuały kulturowe do wzmacniania tożsamości kolektywnej, ale nadto stymulują osobiste motywy użytkowników, którzy, odnosząc przekaz do emocji, kodów kulturowych i środowisk ideologicznych, wzmacniają zbiorową tożsamość. Symbole, ujawniane w powtarzalnych rytuałach, stają się narzędziami

¹⁶⁸ E. Hałas, op. cit. s., 23.

¹⁶⁹ Na Tajwanie w latach 1947–1987 trwał okres stanu wojennego, określanego mianem „białego terroru”. Rozpoczął się od masowej rzezi Tajwańczyków przez wojska Czang Kaj-szeka, co określono mianem „masakry 228”. Powodem wprowadzenia stanu wojennego były napięte relacje pomiędzy Tajwanem a Chinami kontynentalnymi, które wciąż uznają Tajwan za „zbuntowaną prowincję”. W okresie białego terroru mieszkańcy Tajwanu mieli ograniczone prawa obywatelskie i polityczne. Państwo rządzone było w sposób autorytarny. Od przełomu lat 80. i 90. XX wieku Tajwan stopniowo dokonywał transformacji, stając się w XXI wieku państwem demokratycznym, które w ostatnich latach (obok Japonii i Korei Południowej) uznawane jest za wzór demokracji w Azji Południowo-Wschodniej. Odwołanie się podczas protestów Sunflower Movement do symboliki wykorzystującej postać Mao, to nie tylko przypomnienie Tajwańczykom historycznych wydarzeń związanych z chińską wojną domową, która toczyła się w latach 1945–1947 i zakończyła ucieczką Czang Kaj-szeka i tysięcy Chińczyków na Tajwan, ale także z okresem tajwańskiego stanu wojennego. Symboliczne wykorzystanie postaci Mao oznaczało zniewolenie, terror i podporządkowanie, czyli emocje, jakie w pamięci zbiorowej stanowią zaprzeczenie wolności, demokracji i rozwoju cywilizacyjnego.

praktyki politycznej prowadzącymi do zmiany społecznej, która wynika ze zbiorowego doświadczenia, jakie w przypadku jednostki wyzwała poczucie przynależności do grupy, a zatem motywuje jednostkę do działania na rzecz tejże. Rytuały wyzwalają emancypację komunikacyjną, za sprawą której tworzone są treści wpływające na aktywizowanie jednostek.

2.5.3. Memy jako przekaz symboliczny

Pojęcie memu do nauk społecznych wprowadził Richard Dawkins, dokonując transferu zjawiska ewolucji z nauk przyrodniczych do nauk społecznych, w których postępuje ewolucja kulturowa. Jak pisze Dawkins, odwołując się do Darwina: „wszelkie życie ewoluuje na drodze zróżnicowanej przeżywalności replikujących się bytów”¹⁷⁰. Dawkins definiował mem jako małą jednostkę kultury, która rozpowszechnia się od osoby do osoby poprzez naśladownictwo lub kopiowanie¹⁷¹. Podobnie jak replikacje genów w naukach przyrodniczych stają się źródłem zmian, tak samo przekształcanie i selekcja informacji generuje zmiany kulturowe¹⁷². Mem według Dawkinsa jest jednostką przekazu kulturowego, która w istocie pełni rolę jednostki naśladownictwa, propagowanej z uwagi na jej doniosłość, oryginalność, wyjątkowość¹⁷³. Naśladownictwo staje się nie tylko formą zachowań społecznych, ale także wywołuje dyfuzję idei, które ujęto w przekazach symbolicznych użytych do stworzenia memów. Limor Shifman, definiując memy, stwierdza, że: „pozornie stanowią banalne kawałki popkultury, jednak głębsze spojrzenie pozwala dostrzec, iż odgrywają istotną rolę w definiowaniu wydarzeń dwudziestego pierwszego wieku”¹⁷⁴. Maciej Zaremba stwierdza, że memy to:

[...] dowolny fragment informacji, rozpowszechniany i powielany przy użyciu aktualnie funkcjonujących technologii komunikowania w Internecie (rozumianym jako globalna przestrzeń wirtualna). Może on przyjąć formę linku, materiału audio-wideo, obrazu/fotografii, całej strony internetowej, znaczni-

¹⁷⁰ R. Dawkins, *Samolubny gen*, tłum. M. Skoneczny, Warszawa: Prószyński i S-ka 2007, s. 244.

¹⁷¹ Ibidem, s. 262–265.

¹⁷² S. Blackmore, *Memetics Does Provide a Useful Way of Understanding Cultural Evolution*, [w:] *Contemporary Debates in Philosophy of Biology*, red. F. Ayala, R. Arp, Oxford: Blackwell Publishing 2010, s. 255.

¹⁷³ R. Dawkins proponuje nazwę „mem” jako kulturowy odpowiednik pojęcia „gen”. Jako powód Dawkins wskazuje, iż budowa pojęcia „mem” jest zbliżone do angielskiego *memory*; R. Dawkins, *Samolubny gen*, op. cit., s. 244.

¹⁷⁴ L. Shifman, *Memes in Digital Culture*, Cambridge: The MIT Press 2013, s. 6.

ka *hash*, frazy, czy nawet pojedynczego słowa. Propagacja i agregacja memu odbywa się typowymi dla komunikacji sieciowej kanałami, tj. poprzez platformy mediów społecznościowych, blogi, e-maile, komunikatory, serwisy informacyjne oraz wszelkie pozostałe usługi umożliwiające kontakt między internautami¹⁷⁵.

Zdaniem Magdaleny Kamińskiej w dobie internetu memy są określane często jako internetowe żarty, hipotetyczne części ewolucji w komunikowaniu kulturowym, które wspierają społeczno-biologiczne hipotezy dotyczące memów internetowych jako treści wizualnych¹⁷⁶. Podobnego znaczenia memów dopatruje się Patrick Davison, stwierdzając, iż memy są elementami kultury, zwykle wyrażanymi w postaci żartów, zyskującymi wpływ dzięki przekazowi online¹⁷⁷. Anna Gumkowska memy definiuje jako

[...] rozprzestrzeniającą się wirusowo część kultury internetu, która czasami wywołuje tyle zainteresowania, że potrafi przebić się do głównego nurtu kultury popularnej. Granica powszechnie używanej definicji tej formy gatunkowo-komunikacyjnej wciąż się rozszerza: są to zarówno zabawne, uchwycone w trafnym momencie zdjęcia z komentarzem, krótkie animacje w postaci plików GIF, filmy wideo, którymi dzielą się odbiorcy należący do internetowych społeczności. Memy są określane przez internautów jako fenomeny internetowe, dobre pomysły, chwytliwa idea, humor, cięte riposty, wirusy, graficzne komentarze, grafiki z napisem, coraz częściej także jako poezja internetu. Ten logowizualny gatunek jest produkowany i rozprzestrzeniany dzięki mechanizmowi podobnemu do plotki lub gry towarzyskiej¹⁷⁸.

Od żartów tradycyjnych różni je jednak szybkość przekazu i wierność co do formy: o ile szybkość przekazywania żartów drogą tradycyjną jest uzależniona od częstości kontaktów jednostek i ich pamięci, o tyle memy internetowe nie posiadają żadnych ograniczeń.

Wiktor Kołowiecki dokonał typologii memów internetowych, dzieląc je na trzy rodzaje: szablonowe (mem dostarcza matrycę dla tworzenia żartów lub ekspresji opinii, przykładem demotywatory, które z założenia mają osiągać efekt odwrotny – podpis pod obrazkiem, choć w humorystyczny

¹⁷⁵ M. Zaremba, *Memy internetowe (2010–2011)*, „Media i Społeczeństwo” 2012, nr 2, s. 61.

¹⁷⁶ M. Kamińska, *Wicked Memes – Eleven Lectures About Internet Culture*, Poznań: Galeria Miejska Arsenal 2011, s. 66.

¹⁷⁷ P. Davison, *The Language of Internet Memes*, [w:] *The Social Media Reader*, red. M. Mandiberg, New York: University Press 2012, s. 122.

¹⁷⁸ A. Gumkowska, *Mem – nowa forma gatunkowo-komunikacyjna w sieci*, „Teksty Drugie” 2015, nr 3, http://rcin.org.pl/Content/62463/WA248_80911_P-I-2524_gumkow-mem_o.pdf [dostęp: 2.06.2018].

sposób, relacjonuje pesymistyczną wizję świata i służy krytyce); komentujące (funkcjonują w sieci jako komentarz lub reakcja na informacje, odczytać z nich można opinię autora, wywołują ekspresje podobnie jak memy szablonowe); eksploatujące (dany materiał miksują z innymi informacjami, tworząc autotematyczny mem popularny wyłącznie z powodu i dla generowanej samoczynnie popularności). Jak pisze Kołowiecki: „Pierwsze dwa typy memów służą jako platforma do szybkiej i łatwej ekspresji myśli i opinii, podczas gdy trzeci typ memu mówi wyłącznie o sobie samym”¹⁷⁹. W przypadku protestów społeczno-politycznych należy przyjąć, że typ memów szablonowych oraz komentujących stanowi podstawową matrycę budowania przekazów w komunikacji sieciowej. Szablon jest wykorzystywany jako nośnik dla treści politycznych lub kulturowych, odwołujących się do symboliki protestu, zaś memy komentujące pozwalają na odniesienie się do treści, stając się sposobem na ujawnianie własnego stanowiska. Rozprzestrzenianie się memów komentujących w sieci pozwala na identyfikację tożsamości użytkowników, wyrażanej zachowaniami sieciowymi wobec treści memów.

Procesy dynamiki społecznej są obecnie istotnie zdeterminowane poprzez bodźce o charakterze kulturowym. Nowe idee i wartości, które stają się przedmiotem rozpowszechnienia, są zwykle złożone, a ich twórcom i propagatorom chodzi o szybką dyfuzję i „zainfekowanie” umysłów innych osób. Jak piszą Marta Majorek i Justyna Wojniak:

Infekcję ideą należy interpretować jako fakt kulturowy. Zasadnicze znaczenie ma w tym przypadku refleksja i indywidualna decyzja podejmowana na podstawie własnego osądu, ale także w oparciu o opinie innych, które to czynniki mogą w istotny sposób podwyższyć bądź obniżyć próg jednostkowej „odporności”. W związku z tym nawet najbardziej starannie zaplanowana strategia polityczna czy marketingowa może przynieść trudne do przewidzenia rezultaty¹⁸⁰.

Jak nadmienią autorki, jednostki w różny sposób i w różnym czasie adaptują innowacje, co pozwala wyróżnić kilka typów zachowań i nazwać ich przedstawicieli:

- 1) pionierzy (*innovators*) – osoby, które najwcześniej są zdolne do zaadoptowania nowych idei; najczęściej też wprowadzają te idee do systemu

¹⁷⁹ W. Kołowiecki, *Memetyzacja internetu, jako nowy język internetu*, „Kultura i Historia” 2012, nr 21, <http://www.kulturaihistoria.umcs.lublin.pl/archives/3637> [dostęp: 7.06.2018].

¹⁸⁰ M. Majorek, J. Wojniak, *Memetyzacja komunikowania politycznego u progu XXI wieku*, „Państwo i Społeczeństwo” 2012, nr 1, s. 74.

- społecznego, są skłonne do podejmowania ryzyka oraz wykazują się innowacyjnością i postawami kosmopolitycznymi;
- 2) wczesni naśladowcy (*early adopters*) – osoby przejawiające silne więzi z lokalnymi społecznościami, dzięki czemu upowszechniają idee lokalnie, korzystając z własnych sieci interpersonalnych; pełnią funkcje lokalnych liderów;
 - 3) wczesna większość (*early majority*) – reprezentowana przez ok. jedną trzecią populacji, która przejawia zainteresowanie implementacją idei;
 - 4) późna większość (*late majority*) – osoby sceptycznie nastawione do nowatorskich rozwiązań i zmian; jednostki działające raczej pod wpływem presji niż przekonania;
 - 5) spóźnialscy (*laggards*) – konserwatyści przejawiający myślenie zaściankowe, izolowane w sieci relacji społecznych; idea jest przez spóźnialskich akceptowana w sytuacji, w której nabiorą przekonania o potencjalnych korzyściach wynikających z innowacji¹⁸¹.

W tworzeniu oraz rozprzestrzenianiu memów podczas protestów społeczno-politycznych kluczowe znaczenie przypisywać należy przede wszystkim wczesnym naśladowcom i wczesnej większości, jako przedstawicielom tych grup, które, angażując się w organizację protestu na jego początkowym etapie, są zdolne do tworzenia memów, ich replikacji oraz naśladownictwa. Wyróżniające elementy komunikacji sieciowej, które implikują wykorzystanie memów podczas sieciowych protestów, charakteryzują się potencjalnym korzystaniem z inteligencji zbiorowej w rozumieniu podzielenia społecznego i intelektualnego kapitału użytkowników sieciowych¹⁸². Memy, poprzez ich sieciowe wykorzystanie, stają się nie tylko nośnikami przekazów symbolicznych, odwołujących się do skojarzeń zbiorowych, ale także kreują treść informacji mających wymiar mobilizacyjny, zwiększający zainteresowanie lub zaangażowanie użytkowników. Część memów tworzonych podczas protestów wprost odwołuje się do złości, stymulując poziom niezadowolenia demonstrantów. Odnosząc się do pozostałych zidentyfikowanych grup, poprzez określenie poziomu zaangażowania oraz czasu włączania się w procesy zmiany można wskazać znaczenie memów jako przekazów o znaczeniu angażującym – wywierającym presję albo wskazującym na potencjalne korzyści implikowania innowacji. Memy tworzone podczas protestów wykorzystują symbolikę historyczną, rozpoznawalne metafory językowe i znane kody popkultury. Mając charakter

¹⁸¹ Ibidem, s. 75.

¹⁸² T. Harrison, B. Barthel, B. Fielding, *New Media in Web 2.0: Exploring the History of Engagement with the Collaborative Construction of Media Products*, „New Media & Society” 2009, Vol. 11, s. 162.

otwarty, memy jako przekazy wpisują się w kulturę popularną, przy jednoczesnym jej wzbogacaniu o nowe treści i formy interpretacji. Poniższe przykłady obrazują, w jaki sposób używano symboli w memach, za pomocą których udostępniano sieciowo treści zmuszające użytkowników do refleksji, wykorzystywano ich wiedzę do interpretacji przekazu oraz mobilizowano jednostki używając rozpoznawalnych kodów popkultury.

Memy wykorzystywane podczas protestów na kijowskim EuroMajdanie

1. Odwołanie do popkultury

Postać w masce – „Anonymous”¹⁸³ na placu Niepodległości w Kijowie podczas EuroMajdanu



Źródło: memescenter.com.

¹⁸³ Globalna zdecentralizowana grupa aktywistów sprzeciwiających się m.in. ograniczaniu wolności obywatelskich i korupcji. Postać znana z popkultury, w której identyfikuje opór, protest i anarchię, w memach prezentowana jako kolektyw anonimowych jednostek.



Źródło: memescenter.com.

Na zdjęciach wykorzystano popularne w 2014 roku odwołanie do „Angry Birds” – pierwotnie gry komputerowej, która od 2013 roku zwiększyła popularność poprzez sprzedaż czasopisma „Angry Birds Magazine”, nawiązującego do serii gier. W 2016 roku powstał film animowany o tym samym tytule.

2. Mem zbudowany na przekazie symbolicznym



Źródło: memescenter.com.

Memy wykorzystywane podczas Rewolucji Słoneczników

1. Odwołanie do popkultury

Na zdjęciach wykorzystano popularne na Dalekim Wschodzie odwołanie do mangi – japońskiej sztuki ozdabiania rycin i innych form sztuki użytkowej. Współcześnie manga jest wykorzystywana także poza Japonią i oznacza najczęściej japoński komiks. Biorąc pod uwagę położenie Tajwanu oraz bliskość kulturową łączącą oba kraje, odwołanie do komiksu i charakterystycznych postaci mangi (nienaturalnie duże oczy) było jednym z istotnych trendów tworzenia memów podczas „Rewolucji Słoneczników”.



Źródło: Sunflower Movement press release.



Źródło: Sunflower Movement press release.

2. Mem zbudowany na przekazie symbolicznym



Źródło: Sunflower Movement press release.



Źródło: Sunflower Movement press release.

Następny plakat odwołuje się do powtarzanego hasła „We are all”, wyrażającego sieciową przynależność do wspólnoty, które towarzyszy różnym wydarzeniom (protesty, zamachy terrorystyczne, happeningi) prowadząc do integracji społeczności wirtualnej.



Źródło: Sunflower Movement press release.

2.5.4. Memy narzędziem dyskursu wizualnego

Definiując pojęcie dyskursu, Lynda Nead zwraca uwagę, iż dyskurs to: „specyficzna forma języka, posiadająca własne zasady i konwencje oraz instytucje, w obrębie których dyskurs jest wytwarzany i krąży”¹⁸⁴. Nead twierdzi nadto, że dyskurs staje się rodzajem przedstawienia wizualnego, w którym używane są podmioty i tworzone praktyki na podstawie wykorzystania wizualnych obrazów, werbalnych tekstów oraz kodów językowych. Gillian Rose podkreśla istotne znaczenie intertekstualności dla przebiegu dyskursu, twierdząc, iż: „Intertekstualność opisuje to, w jaki sposób znaczenia dowolnego obrazu czy tekstu w obrębie dyskursu zależą nie tylko od konkretnego tekstu czy obrazu, lecz także od znaczeń niesionych przez inne obrazy i teksty”¹⁸⁵. Rose wiąże intertekstualność z wizualnością, tę drugą traktując

¹⁸⁴ L. Nead, *Myths of Sexuality: Representations of Woman in Victorian Britain*, Oxford: Blackwell 1988, s. 4.

¹⁸⁵ G. Rose, *Interpretacja materiałów wizualnych: krytyczna metodologia badań nad wizualnością*, tłum. E. Klekot, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN 2010, s. 175.

jako formę dyskursu. Wizualność sprawia, że określone rzeczy widziane są w specyficzny sposób, co więcej – wizualność przejawia zdolność kreacji podmiotów tak samo, jak czynienia części z nich niewidzialnymi. Michel Foucault traktuje dyskurs jako formę władzy kreującej zdolność do dyscyplinowania podmiotów w określonym sposobie myślenia i działania¹⁸⁶. Jednak, jak dopowiada Gillian Rose, nie czyni tego w sposób narzucający sposób myślenia czy zachowań, lecz oddziałując na jednostki poprzez dyskursy je tworzące. Władza jest wytwarzana w drodze dyskursu, a wielość prowadzonych dyskursów powoduje rywalizację o wpływy. Rosalind Gill uważa, że „każdy dyskurs ma swoje przyczyny”¹⁸⁷, co oznacza, że dyskursy są usytuowane instytucjonalnie w określonej przestrzeni społecznej (władza społeczna) oraz wytwarzają wizerunki oddziałujące na publiczność, która może odbierać je w zróżnicowany sposób. Możliwość odbioru jest warunkowana społecznie: wynika z miejsca wytwarzania dyskursu oraz społecznego oddziaływania przez teksty i obrazy. Znaczenie obrazów w komunikacji sieciowej realizuje się w ich walorach funkcjonalnych i dotyczyć może tak zdjęć, jak i tworzonych memów. Sylwia Katrzyńska i Marta Ponichter uważają, że słowa w komunikacji sieciowej uznać należy za niewystarczające. To za pomocą obrazu buduje się wizerunek oraz tożsamość sieciową, identyfikującą przynależność jednostki¹⁸⁸. Autorki uznają, że „obraz jest łącznikiem w interakcjach”, a „interakcje służą odkrywaniu obrazu”¹⁸⁹. Odczytywanie przekazów wizualnych w toczonym dyskursie wymaga kompetencji odczytu symboliki, która w tworzonych dla potrzeb protestów politycznych memach, zwykle odwołuje się do treści wymagających interpretacji. Jak zaznacza Natalia Pater-Ejgierd, w przypadku obrazów tworzonych na potrzeby sieci dochodzi do korelacji pomiędzy tradycyjnymi obrazami a ich sieciowymi odpowiednikami, które mogą budzić określone problemy interpretacyjne, związane z koniecznością odczytywania treści wizualnych¹⁹⁰. Alfabetyzm wizualny (*visual literacy*) oznacza kompeten-

¹⁸⁶ M. Foucault, *Archeologia wiedzy*, tłum. A. Siemek, Warszawa: Państwowy Instytut Wydawniczy 1977, s. 64.

¹⁸⁷ R. Gill, *Discourse Analysis: Practical Implementation*, [w:] *Handbook of Qualitative Methods for Psychology and the Social Sciences*, red. J. Richardson, Leicester: British Psychological Society 1996, s. 142.

¹⁸⁸ S. Katrzyńska, M. Ponichter, *Kiedy obraz jest łącznikiem – o interakcjach zawieszonych w sieci*, [w:] *Obrazy w sieci. Socjologia i antropologia ikonosfery internetu*, red. T. Ferenc, K. Olechnicki, Toruń: Wydawnictwo Uniwersytetu Mikołaja Kopernika 2008, s. 123.

¹⁸⁹ Ibidem, s. 150.

¹⁹⁰ N. Pater-Ejgierd, *Dlaczego sieć przemawia obrazem?*, [w:] *Obrazy w sieci*, op. cit., s. 37.

cje odczytywania komunikatów wizualnych, co wynika z traktowania obrazów zarówno jako przekazu naturalnego, jak i określonych konwencji kulturowych. Odczytywanie obrazów w dyskursie w sposób naturalny jest dosłowne i relatywnie nietrudne, wynika bowiem z wiedzy zastanej użytkownika sieciowego i procesów socjalizacji, jakim został poddany. Natomiast odczyt obrazów jako konwencji kulturowych wymaga interpretacji, a samym treściom wizualnym przypisywany jest charakter konstruujący kulturę¹⁹¹. Memy tworzone podczas protestów, jako narzędzie prowadzenia dyskursu pomiędzy użytkownikami, zarówno podzielającymi idee protestu, jak i zmobilizowanymi po stronie przeciwników, kreowane są z wykorzystaniem symbolicznych konwencji kulturowych, tak odwołujących się do przekazów tradycyjnych, jak i wirtualnych. Dyskurs sieciowy, toczony wokół protestów, napotyka na bariery wynikające: z deficytu wiedzy, kompetencji kojarzenia faktów i ich kulturowych interpretacji oraz potencjalnych różnic kulturowych. Deficyt wiedzy wynika najczęściej z niskiego poziomu znajomości zagadnień ogólnych, niezbędnych do odczytywania symboliki przekazu zawartego w memie. Różnice kulturowe mogą stanowić problem w kontekście dekodowania informacji przez użytkowników nieznających kulturowo obcej symboliki używanej w komunikacji memami, co zachodzi w przypadku prowadzenia dyskursu za pośrednictwem globalnych sieci społecznościowych, za pomocą których prowadzona jest komunikacja w przypadku protestów, którym nadaje się wymiar globalny.

Intertekstualność jako jeden z elementów przypisywanych komunikowaniu z wykorzystaniem memów definiuje Dorota Zdunkiewicz-Jedynak, twierdząc, że:

Relacje intertekstualne, rozumiane jako rodzaj gry – zaproponowanej przez autora i podejmowanej przez odbiorcę, leżą u podstaw procesu tworzenia i odbioru memów internetowych. W wypadku memu internetowego, gra intertekstualna jest bardziej skomplikowana niż w wypadku tradycyjnych tekstów literackich, ponieważ odnosi się do różnych systemów znakowych – ikonicznych i werbalnych, często oprócz nawiązań do memów sieciowych proces odkrywania związków intertekstualnych wymaga dodatkowo odkrycia pozasieciowych odniesień tekstowych¹⁹².

¹⁹¹ Ibidem, s. 39.

¹⁹² D. Zdunkiewicz-Jedynak, *Intertekstualność współczesnej komunikacji internetowej. Intertekstualne odwołania wewnątrzgatunkowe w memach*, „Poznańskie Spotkania Językoznawcze” 2016, nr 32, s. 57.

Zdunkiewicz-Jedynak podkreśla także trudność w zrozumieniu sensu memu „ze względu na jego intertekstualność¹⁹³ – wewnętrzną dialogiczność, związaną z jego powinowactwem z innymi tekstami kultury; inspirację może dla twórcy stanowić czyjaś publiczna wypowiedź, opublikowane w sieci zdjęcie itp. – eksploatowane dalej w całości lub we fragmentach, nierzadko twórca memu sięga i po inne memy internetowe”¹⁹⁴.

Interesującym zagadnieniem, jakie poddał analizie Majken Jul Sørensen, jest wykorzystanie humoru w przekazach używanych przez aktywistów, do których z pewnością można zaliczyć memy (ich przykłady podano na rysunkach). Jak twierdzi autor, humor może być sposobem mobilizacji użytkowników nowych mediów, ponieważ wskazuje na dystans i odwołuje się do wartości, jakie prezentują świat w pozytywnym świetle: ciepły, z humorem i wywołujący radość. Jak wskazuje Sørensen, humor budzi ambiwalentne odczucia, u części użytkowników (wskazują na to raczej starsi internauci), wywołuje także niechęć. Jego istotnym walorem jest inkluzywność, generowana w komunikowaniu horyzontalnym, oraz ułatwianie kultury oporu i nieposłuszeństwa obywatelskiego poprzez odwoływanie się do absurdów, klaunowania (głównie w postaci używania atrybutów klauna, w tym stroju) oraz prezentowania optymistycznej, alternatywnej wizji świata poprzez wykorzystanie kontrkultury. Humor, jak pisze Sørensen, może być istotnym narzędziem, za sprawą którego zwiększy się rozpoznawalność idei mogącej wpłynąć na wzrost oddziaływania ruchu przy kształtowaniu opinii publicznej¹⁹⁵. Oprócz humoru jako sposobu prezentacji treści inny badacz społeczny analizował znaczenie kreatywności wyrażanej poprzez umiejętności artystyczne podczas działań aranżowanych przez aktywistów. Silas Harrebye uważa, że można wyróżnić tzw. aktywizm twórczy, który angażuje umiejętności artystyczne, nie obejmuje przemocy, ale ma charakter twórczy, kształtując specyficzny rodzaj praktyki. Harrebye twierdzi, że twórczy aktywizm wykorzystuje różne metody pracy artystów: poetyckie,

¹⁹³ Twórczynią terminu „intertekstualność” jest francuska filozof Julia Kristeva. Według jej ustaleń prowadzono głównie badania tekstów z obszaru literaturoznawstwa, zajmując się związkami międzytekstowymi znaczącymi w konkretnym dziele i zaplanowanymi przez autora oraz odczytywanymi przez odbiorcę. Jak uważa Zdunkiewicz-Jedynak, element zapożyczony podlega rekontekstualizacji – w nowym otoczeniu może spełniać inne funkcje niż te, które były mu przypisane w pierwotnym kontekście. Intertekstualność zawiera zaplanowane odwołania, a jej odczytywanie jest uzależnione od kompetencji kulturowej odbiorcy; ibidem, s. 59.

¹⁹⁴ Ibidem.

¹⁹⁵ M. J. Sørensen, *Humour in Political Activism Creative Nonviolent Resistance*, London: Palgrave Macmillan 2016, s. 280–293.

kreatywne, nieszablonowe, aby połączyć je w odważniejszym, krytycznym i konfrontacyjnym wyobrażeniu aktywistów. Przejawy takiej formy ekspresji znajdują ujście w różnych happeningach, street artcie, społecznych i zaangażowanych kampaniach wirusowych oraz flash mobach, powodując odejście od tradycyjnego repertuaru demonstracji, ataków, strajków, barykad, lobbystów, kampanii informacyjnych, bojkotów, masowych petycji, powstania miejskiego¹⁹⁶. Harrebye uważa, że kreatywny aktywizm w jego przejawach artystycznych stanowi formę partycypacji politycznej w sferze obywatelskiej. Jak pisze, nowe technologie komunikacyjne, mediatyzacja polityki i globalizacja powodują przejście do epoki nowego kognitywizmu, który za pośrednictwem odmiennych form aktywizmu sprzyja budowaniu atrakcyjnych alternatyw, jak również oddziałuje na wyobraźnię polityczną. Przejawy teorii Harrebye o kreatywnym aktywizmie, wykorzystującym umiejętności twórcze, w połączeniu z teorią Sørensen o humorze jako nośniku treści kontestujących rzeczywistość, można zauważyć w tych memach, które pojawiają się podczas protestów społeczno-politycznych, gdzie wykorzystywane są odwołania do kodów kulturowych, przekształcanych w sposób kreatywny, a zarazem – zwykle – humorystyczny.

2.5.5. Symbolika nazw nadawanych protestom społeczno-politycznym

Protesty, które od ponad dekady rozgrywają się tak w przestrzeni mediów społecznościowych oraz w rzeczywistości realnej, wykorzystują symbolikę w interakcjach, jakie zachodzą pomiędzy jednostkami w procesach komunikowania. Nadto kreowane nazwy wydarzeń charakteryzują się nie tylko unikalnością, ale również zdolnością do integrowania użytkowników sieciowych wokół idei wyrażanej podczas protestu. Nazwy protestów należy uznać jednocześnie za markę wyróżniającą konkretne wydarzenia na tle innych, wywołując rozpoznawalność demonstracji w skali globalnej oraz utożsamiając jednoznacznie idee demonstrantów z nazwą wydarzenia. Symbolika protestów odnajduje swoje znaczenie w przekazach wykorzystujących obrazy oraz odwołujących się symbolicznie do miejsc wydarzeń.

¹⁹⁶ S.F. Harrebye, *Social Change and Creative Activism in the 21st Century*, New York: Palgrave Macmillan 2016, s. 25–47.

Protesty, jakie wydarzyły się w 2004 roku na Ukrainie, określane mianem Pomarańczowej Rewolucji, są uznawane za jedno z pierwszych zorganizowanych z wykorzystaniem mobilnych sieci komórkowych. W procesie kreowania własnego symbolu protestu odwoływały się do kolorystyki sztabu wyborczego Wiktora Juszczenki, oponenta Wiktora Janukowycza w wyborach na urząd prezydenta Ukrainy. Nazwa protestu przejawiała się jako wiodący symbol wydarzeń. Liderzy protestu nosili pomarańczowe szaliki, uczestnicy (nie tylko na Ukrainie, lecz także w innych państwach, gdzie odbywały się marsze poparcia) – skrzyżowane pomarańczowe wstążki, korzystano również z pomarańczowego tła na transparentach. Wykorzystywanie barw i symboli partii politycznej czyniło z Pomarańczowej Rewolucji protest polityczny.

Protesty na Ukrainie określone mianem EuroMajdanu wykorzystywały symbolikę odwołującą się do flagi narodowej Ukrainy (w kolorze niebiesko-żółtym) oraz flagi UE. Symbolika nawiązująca do kolorystyki flagi Ukrainy od zaistnienia EuroMajdanu stała się coraz powszechniejszym elementem, wykorzystywanym, a co za tym idzie – także widocznym w przestrzeni publicznej. Po aneksji Krymu oraz rozpoczęciu działań wojennych na terenie Wschodniej Ukrainy ukraińska flaga narodowa stała się symbolem restytucji ukraińskiej tożsamości narodowej, identyfikującym przynależność narodową Ukraińców.

Wydarzenia Sunflower Movement na Tajwanie wykorzystały symbol słonecznika, który ma kształt heliocentryczny i w kulturze chińskiej kojarzy się z wymiarem solarnym. Słonecznik stanowił motyw przewodni treści tworzonych w procesie komunikowania (np. w memach), również zestawienie kolorów (czarny i żółty) było używane symbolicznie. Zdaniem uczestników protestów słoneczniki symbolizowały słońce, wyrażające nadzieje studentów na jasną przyszłość. Ruch słoneczników miał charakter otwarty, po zakończeniu protestów jego symbolikę przejęła partia polityczna, która powstała w 2015 roku – The New Power Party. Partia o charakterze lewicowym stała się promotorem praw człowieka, wolności politycznych na Tajwanie oraz stronnikiem niezależności Republiki Chińskiej od Chińskiej Republiki Ludowej. Po wyborach w styczniu 2016 roku partia tworzy koalicję rządową z Demokratyczną Partią Postępu i w eksponowanej symbolice odwołuje się wprost do zestawienia żółtego i czarnego, które nawiązują do ruchu Słoneczników.

Słonecznik – symbol protestów na Tajwanie



Źródło: Sunflower Movement press release.

Barwy narodowe Ukrainy i flagi UE – symbol protestów na Ukrainie



Źródło: Euromajdan press.

2.5.6. Znaczenie symboliki miejsca protestu

Manuel Castells, pisząc, że „pierwotne przestrzenie oporu powstają w Internecie”¹⁹⁷, wyraźnie zaznacza funkcję mediów społecznościowych w rodzącym się oporze, jaka sprowadza się do przekazu treści, które mobilizują użytkowników do wyjścia na ulicę. Odnosząc się do rewolucji, które odbyły się w latach 2010–2012, określanych zbiorowo mianem Arabskiej Wiosny,

¹⁹⁷ M. Castells, *Sieci oburzenia i nadziei. Ruchy społeczne w erze internetu*, tłum. O. Siara, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN 2013, s. 66.

Castells twierdzenie to uzasadniał faktem, że podejmowanie protestów w rzeczywistości realnej było skazane na brutalne pacyfikacje przez policję i służby bezpieczeństwa, najpierw w Tunezji, potem w Egipcie i Libii. Tuż przed wybuchem rewolucji w Egipcie, w styczniu 2011 roku, 80% Egipcjan posiadało telefony komórkowe, zaś korzystanie przez młodych użytkowników z internetu w przestrzeni publicznej było powszechne. Na kilka miesięcy przed wybuchem rewolucji w Egipcie w uruchomionej w 2009 roku arabskiej wersji serwisu Facebook konta posiadało ponad 5 mln użytkowników z Egiptu, jednocześnie około 600 tys. kont powstało w styczniu i lutym 2011 roku (za datę wybuchu rewolucji w Egipcie uznaje się 25 stycznia 2011 roku)¹⁹⁸. Internet zapoczątkował rewolucję, umożliwiając przekazywanie informacji użytkownikom, mobilizując społeczność (podczas protestów 25 stycznia na placu Tahrir protestowało około 2 mln Egipcjan) i pozwalając na rozpowszechnianie informacji o proteście globalnym mediom tradycyjnym – poprzez tworzenie i udostępnianie przekazów *online* z miejsc wydarzeń. Symbolika miejsc, w których organizowane są manifestacje, ma charakter inicjujący protest w rzeczywistości realnej. Tak jak sieć sprzyja połączeniu ludzi i wyrażeniu zbiorowego protestu, sprzeciwu, a nawet wyładowania pokładów wściekłości, tak miejsce protestu, w którym ludzie się gromadzą, ma charakter łączący i integrujący. Miejsce protestu staje się samoistnym symbolem, za pomocą którego przekaz wyrażany jest dosadniej. Wspomniany plac Tahrir (plac Wolności) w Kairze stał się przestrzenią publiczną rewolucji, pozwalając demonstrantom na symboliczne odzyskanie przestrzeni publicznej. Zbiorowość, która zebrała się na placu Wolności, wytworzyła solidarność wspólnotową, opartą na kreacji własnych praktyk społecznych – logistyka posiłków, opieka medyczna, utrzymywanie czystości, pomoc prawna. Przestrzeń publiczna, zajęta przez demonstrujących, ale odzyskana dla i przez obywateli, dodatkowo pełni rolę symboliczną. To tam demonstrujący integrują się wokół idei protestu, wyrażając go w konkretnym miejscu, co rodzi skojarzenia z grecką agorą – centrum życia politycznego i społecznego.

W ten sam sposób do symboliki miejsca odwoływały się protesty na centralnym kijowskim placu Niepodległości (*ukr. Майдан Незалежності*), na którym zwykle odbywają się uroczystości o charakterze państwowym i narodowym. EuroMajdan był kolejnym protestem antysystemowym, który stanowił sprzeciw wobec powszechnej korupcji i klientelizmowi politycznemu na Ukrainie; wcześniej podobne hasła głoszono podczas wspomnianej już Pomarańczowej Rewolucji w 2004 roku. Oba protesty wyrażały zbliżone hasła antysystemowe, choć ich bezpośrednie powody wybuchu

¹⁹⁸ Ibidem, s. 66–67.

były odmienne¹⁹⁹, natomiast plac Niepodległości w obu protestach pełnił funkcje symbolicznej przestrzeni publicznej, w której gromadzili się ludzie, jednocześnie wyrażając zarówno swój sprzeciw, jak i artykułując oczekiwania wobec władzy.

Również wydarzenia określane mianem Rewolucji Słoneczników, jakie miały miejsce pomiędzy marcem a kwietniem 2014 roku na Tajwanie, odbyły się w miejscu, które należy uznać za symboliczne. Studenci podczas protestu zajęli budynek tajwańskiej legislatury (ang. *Legislative Yuan*), w którym na co dzień gromadzą się przedstawiciele władzy ustawodawczej. Poprzez zajęcie budynku symbolicznie przejęto miejsce kojarzące się ze stanowieniem prawa, a powód protestu dotyczył przyspieszonej ratyfikacji umowy handlowej z Chińską Republiką Ludową. Zakończenie protestów wiązało się ze złożeniem przyrzeczenia przez przewodniczącego Parlamentu Republiki Chińskiej, że traktaty handlowe zostaną poddane ponownemu przeglądowi przed ich ratyfikacją. Można zatem przyjąć, że głos protestujących w miejscu stanowienia prawa został wysłuchany przez tych, którzy wywodzą się z wyborów i którzy w tym miejscu stanowią prawo.

Kreacja przestrzeni wolności podczas protestów nabiera wymiaru symbolicznego poprzez ulokowanie wydarzeń w miejscach, które demonstrowanym kojarzą się z określonymi wartościami lub też budzą skojarzenia z ideami, których protestujący bronią. Dzielenie wspólnego miejsca pozwala na zilustrowanie protestu w wymiarze symbolicznym, ale również powołuje enklawę, w której potrzeba zmiany jest silniejsza niż lęk przed konsekwencjami podjętego protestu. Media relacjonujące wydarzenia i odwołujące się także do informacji, jakie tworzą sami protestujący, wykorzystując telefony komórkowe i serwisy społecznościowe, w swoich materiałach nie prezentują wyłącznie tego, co się dzieje w kontekście walki protestujących – pokazują ich normalne życie w umownej przestrzeni wolności. Łączenie przekazu wyrażającego idee protestu z symbolicznym miejscem jego realizacji staje się przekazem, który społeczność sieciowa i opinia publiczna czerpiąca informacje z doniesień środków masowego przekazu odczytują afektywnie.

Analiza symboliki miejsca protestu ma związek również z teorią geomediów, przez Annę Nacher definiowane jako: „hybrydowe technologie sieciowe, których podstawowym interfejsem staje się cyberkartografia”²⁰⁰. Nacher, pisząc o „geoprzestrzennej rewolucji”, wskazuje na znaczenie tzw.

¹⁹⁹ Pomarańczowa Rewolucja była sprzeciwem wobec fałszowania wyborów prezydenckich w 2004 roku, zaś EuroMajdan wynikał z odłożenia przez prezydenta Ukrainy, Wiktora Janukowycza, podpisania umowy stowarzyszeniowej z Unią Europejską.

²⁰⁰ A. Nacher, *Geomedia-między mediami a lokalizacją*, [w:] *Kulturowe kody technologii cyfrowych*, red. P. Celiński, Lublin: Wydawnictwo WSPA 2011, s. 198.

geoweb, czyli oblicza sieci związanego z realnymi miejscami oraz namacalnymi przestrzeniami geograficznymi²⁰¹. Pojęcie „geomedia” zaproponowali Tristan Thielmann i Lev Manovitch, dostrzegając w rozwoju mediów mobilnych i jednoczesnym ich wykorzystywaniu do oznaczania konkretnych miejsc realizację potrzeby konkretnej lokalizacji. Thielmann zaznacza, że media hybrydowe stanowią mieszankę „kodu, danych i przestrzeni fizycznej”, co oddziałuje na dwie równoległe zmiany paradygmatyczne: humanistyka dokonuje zwrotu w kierunku przestrzennym (lokalizacja miejsca staje się elementem dyskursu i nabiera znaczenia kulturowy aspekt przestrzenny), zaś geografia ukierunkowana jest humanistycznie i kulturowo, łącząc w sobie elementy wiążące miejsce z jego kulturowym i społecznym znaczeniem²⁰². Protesty społeczno-polityczne, które zachodzą w konkretnej przestrzeni odczytywanej symbolicznie, w powiązaniu z ideami demonstrowanymi przez użytkowników sieciowo oraz terytorialnie stanowi dowód na istotność funkcji geomediów w mediach społecznościowych. Jednocześnie, używając geomediów podczas protestów społeczno-politycznych, użytkownicy wykorzystują zjawisko widzialności, traktując je jako element wizerunku i autoprezentacji (ta kwestia zostanie szerzej omówiona w kolejnym rozdziale), a także rozszerzając idee protestu w skali globalnej. Geolokalizacja stwarza również określone potencjalne ryzyko społeczne w dłuższej perspektywie. Daniel Trottier wskazuje, że użytkownicy mogą wygodnie udostępniać swoją lokalizację w określonym momencie dowolnej grupie osób, informacje te jednak pozostają w internecie i mogą zostać wykorzystywane do celów drugorzędnych, które nie są przewidziane w momencie używania i zapisywania tej funkcji²⁰³. Także Aleksandra Przegalińska i Dariusz Jemielniak podkreślają, że internet stanowi platformę spontanicznej ekspresji, w której jednostki nie obawiają się odpowiedzialności ani konsekwencji prawnych, często wręcz w sposób przesadny i lekkomyślny dzieląc się treściami, co bywa wykorzystywane przez różne podmioty²⁰⁴. Jednak dzięki mediom społecznościowym dochodzi także do konfrontacji jednostki z jej odczuciami, co wpływa na demonstrowanie tożsamości.

²⁰¹ Ibidem.

²⁰² T. Thielmann, *Locative Media and Mediated Localities*, „Aether. Journal of Media Geography” 2010, Vol. 5a, s. 5, [https://mgm.arizona.edu/sites/default/files/articles-pdf/introduction%20\(3\).pdf](https://mgm.arizona.edu/sites/default/files/articles-pdf/introduction%20(3).pdf) [dostęp: 15.09.2018].

²⁰³ D. Trottier, *Identity Problems In the Facebook Era*, London: Routledge 2014, s. 45.

²⁰⁴ A. Przegalińska, D. Jemielniak, *Jakościowe metody badawcze interakcji wirtualnych*, http://crow.kozminski.edu.pl/papers/jakosciowe_wirtualnych.pdf [dostęp: 17.09.2018].

Rozdział 3.

Partycypacja w protestach społeczno-politycznych i jej wpływ na wizerunek państwa oraz aktywność sieciową jednostki

3.1. Trybalizm sieciowy

Zjawisko trybalizmu sieciowego, którego twórcą jest Michel Maffesoli, stanowi istotny przyczynek do analizy tworzenia sieciowych grup, które badacz określa jako społeczności o charakterze plemiennym. Plemiennosc odwołuje się do definicji grupy jako podmiotu o zabarwieniu lokalnym, który opisywany jest przez pokrewieństwo i powinności¹. Obszarem kreacji grup jest zarówno rzeczywistość realna, jak i wirtualna – ta druga będzie przedmiotem dalszych wywodów. Wirtualna grupa w znaczeniu plemiennym to społeczność sieciowa, ale także nowa publiczność. Według Maffesoli technologie doprowadziły do konieczności redefinicji współczesnego trybalizmu, opierając go na aktywności komunikacyjnej jednostek, choć w istocie rozwój technologiczny tylko nieznacznie zmienił istotę społeczności plemiennych². Jak wskazuje Małgorzata Mołęda-Zdziech, odwołując się do interpretacji zjawiska trybalizmu w postmodernistycznym społeczeństwie, którą zaproponował Marian Golka,

[...] członkowie nowoplemion charakteryzują się następującymi cechami: na co dzień nie żyją, nie pracują ani nie spotykają się w tym samym miejscu; spotykają się (w tradycyjnej przestrzeni) od czasu do czasu (jak na przykład podczas wspomnianych akcji flashmobowych), odczuwają, że stanowią kulturową

¹ Szerzej źródełsłów pojęcia „plemień” omawia M. Mołęda-Zdziech, *Czas celebrytów. Mediatyzacja życia publicznego*, Warszawa: Wydawnictwo Difin 2013, s. 86.

² Ibidem, s. 86–87.

wspólnotę, mają łączność psychiczną; łączą się we wspólnoty niezależnie od uwarunkowań i charakterystyk społecznych (wiek, miejsce zamieszkania, wykształcenie, płeć)³.

Maffesoli wskazuje, iż potrzeba nowoplemion wiąże się z pojęciem rytuału, rozumianym jako powtarzalność i wytwarzanie poczucia bezpieczeństwa, dodatkowo zapewniając także warstwę emocjonalną o charakterze spajającym grupę⁴. Jak pisze: „wspólna wrażliwość [...] wynika z tego, że uczestniczymy w pewnym wspólnym etosie i odpowiadamy mu w mocnym i być może mistycznym sensie”⁵. Drugim powodem, dla którego powstają nowoplemiona, może być zdaniem Molędy-Zdziech poczucie osamotnienia, które nakazuje poszukiwanie podobnych sobie, aby w emocjonalny sposób uzewnętrznić przekonania⁶.

Idea społeczności plemiennych nie powstała jako nowy byt dzięki komunikacji sieciowej. Raczej właściwym określeniem jest odrodzenie się wspólnot, które za sprawą komunikacji sieciowej uzyskały płaszczyznę ułatwiającą aktywizację. Maffesoli uważa, że „są takie chwile, kiedy liczy się nie tyle jednostka, ile wspólnota, w którą się ona wpisuje [...] historia wydarzeń ma niewielkie znaczenie, liczą się historie przeżywane z dnia na dzień, niedostrzegalne sytuacje, konstytuujące sieć wspólnotową”⁷. Autor teorii trybalizmu sieciowego zwraca uwagę na prorelacyjny element życia społecznego, który wiąże jednostkę nie tylko z innymi, ale także ze współdzielonym miejscem, przestrzenią i środowiskiem. To, co wytwarza charakter wiążący, polega na wspólnym doświadczaniu i przeżywaniu, zaś naturalne połączenie wynika z uwarunkowań kulturowych, będących pochodną podzielanego doświadczenia. Równie istotnym elementem łączącym jest miejsce – lokalizm wytwarzający więzi, będące nie tylko efektem podzielanego doświadczenia, ale także zlokalizowania przestrzennego⁸. Relacja pomiędzy przestrzenią a jej formą uspołecznienia wynika z emocji i prowadzi do zakorzenienia wartości na określonym terytorium. Jak dowodzi Maffesoli, neotrybalizm jest pochodną intensywnej aktywności komunikacyjnej, która decyduje o zrzeszaniu się ludzi wokół symboli i wynikających z nich podzielanych emocji oraz przestrzeni. Te rozważania, dotyczące korelacji emocji wyrażanych za pomocą symboli w określonej przestrzeni, transfe-

³ Ibidem, s. 87.

⁴ M. Maffesoli, *Czas plemion. Schyłek indywidualizmu w społeczeństwach ponowoczesnych*, tłum. M. Bucholc, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN 2008, s. 43.

⁵ Ibidem, s. 45.

⁶ M. Molęda-Zdziech, op. cit., s. 88.

⁷ M. Maffesoli, op. cit., s. 183.

⁸ Ibidem, s. 183–197.

ruje Manuel Castells, prezentując znaczenie miejsca protestu społeczno-politycznego jako wyznacznika budowania i wzmacniania relacji pomiędzy demonstrantami podczas protestów społeczno-politycznych.

W swojej najnowszej publikacji Cass R. Sunstein dowodzi znaczenia zjawiska spolaryzowanych grup (*group polarization*), definiując je jako grupy powstające w wyniku dyskursu, który powoduje, że jednostki radykalizują swoje poglądy w porównaniu do tych, którymi kierowali się początkowo, co w dalszej kolejności wywołuje określone wybory. Transferując zjawisko do internetu, można, zdaniem Sunsteina, mówić o cyberpolaryzacji, która w sieci jest zjawiskiem realnym i prawdziwym⁹. Polaryzowanie grup jest efektem trzech zachodzących procesów. Po pierwsze, używania w dyskusji przekonujących argumentów i informacji przekazywanych podczas interakcji sieciowych. Jak wskazuje Sunstein, jeśli większość ludzi, z którymi jednostka się kontaktuje, w wyniku dyskusji grupowej przedstawia określone argumenty, ich liczba i wyznaczany kierunek w komunikacji zostaną uznane za przekonujące, określając tym samym stanowisko prezentowane przez grupę jako całość. Po drugie, reputacja staje się kryterium wyznaczającym wartość jednostki w grupie: ludzie troszczą się o swoją reputację, chcą być postrzegani pozytywnie przez innych członków grupy, a także pozytywnie oceniać samych siebie – pod wpływem cudzych sądów często dostosowują swój wizerunek do dominującego stanowiska. Bazując na koncepcji „spirali milczenia” (*spiral of silence*), Elisabeth Noelle-Neumann wskazała, że osoby z niższą pozycją w grupie, prezentujące odmienne poglądy – czasem radykalne, zazwyczaj milczą. Mogą jednak, wykorzystując efekt reputacji, oddziaływać na grupę, radykalizując jej stanowisko¹⁰. Po trzecie wreszcie, Sunstein wskazuje na korelację trzech cech: zaufanie, ekstremizm i potwierdzenie, jako tych elementów, które występują wspólnie w procesie oddziaływania na jednostkę. Jednostka, zyskując zaufanie, staje się bardziej ekstremalna w swoich przekonaniach, co wcale nie musi prowadzić do radykalizmów, jednocześnie poprzez potwierdzanie (realizowane stwierdzeniem „ludzie tacy jak ty”) umacnia się w swoich przekonaniach i praktykach społecznych oraz komunikacyjnych. Cyberpolaryzacja, zdaniem Sunsteina, prowadzi do powstawania enklaw deliberacji (*enclave deliberation*), które można zdefiniować jako mniej lub bardziej wyizolowane grupy, gdzie podobnie myślący ludzie mówią głównie do siebie nawzajem. Internet, zwłaszcza media społecznościowe, znacznie ułatwiają

⁹ C.R. Sunstein, *#Republic. Divided Democracy in the Age of Social Media*, Princeton: Princeton University Press 2018, s. 68.

¹⁰ E. Noelle-Neumann, *Spirala milczenia. Opinia publiczna – nasza skóra społeczna*, tłum. J. Gilewicz, Poznań: Wydawnictwo Zysk i S-ka 2004.

te procesy i obniżają koszty tworzenia takich grup-enklaw. Profil na Facebooku może generować taką formę deliberacji. Rozważania w enklawach mogą być ważne w heterogenicznym społeczeństwie również dlatego, że członkowie tej samej grupy prowadzą spokojne dyskusje wokół podzielanych wartości, przenosząc te umiejętności także na sytuację, kiedy uczestniczą w szerszych gronach dyskutantów. Dzięki uczestnictwu w enklawach deliberacji promowany jest rozwój zrozumienia, wiedzy i pozycji, które w przeciwnym razie byłyby niewidoczne lub wyciszone w dyskursie¹¹.

W dobie rozwoju technologicznego rośnie znaczenie obrazu (w szerokim tego słowa znaczeniu) jako przekazu symbolicznego pozwalającego na oddolne manifestowanie przez jednostki przynależności do grupy, która odzyskuje charakter plemienny. Maffesoli, odwołując się do teorii „galaktyki elektronicznej” Abrahama Molesa, podkreśla jej znaczenie dla nowej plemienności poprzez wykorzystany model interaktywności. Plemiona istnieją tymczasowo, mają charakter płynny i wykorzystują mechanizm przynależności oraz emocjonalnego nastawienia tak grupy do jednostki, jak i odwrotnie. Charakter grupy jest zamknięty, lecz nie poprzez wykluczanie, a „zamykanie się w sobie”¹². Proces izolacji wynika także z rodzaju więzi, która nawiązuje się pomiędzy członkami grupy i ma charakter wyłączający, nie inkluzywny. Wynika to z nieufnego stosunku do wszystkiego, co obce i nieznane. Organizacja społeczna, która wyłania się podczas kreacji nowych plemion, opiera się na bliskości pochodzącej z przynależności oraz elementu afektywnego, który wytwarza więź. Sieciowo grupy, zwykle małe, odtwarzają mit wspólnoty, budując faktycznie zamknięte przynależności. Odnosząc się do idei budowania grup w najpopularniejszym globalnie serwisie społecznościowym Facebooku, w którym obrazowo ulega odtworzeniu teoria Maffesoliego o trybalizmie, należy wskazać funkcjonalność, która dotyczy przynależności do grupy. Zarówno w przypadku grup otwartych, jak i zamkniętych, dostęp do nich ma charakter limitowany i wynika z przyjęcia użytkownika serwisu przez administratora, po wcześniejszej aplikacji jednostki o status członka grupy. Stąd też, poddając analizie kształtowanie kultury partycypacji podczas protestów społeczno-politycznych, ograniczono się do analizy społeczności funkcjonujących jako otwarte, nie zaś grup.

¹¹ C.R. Sunstein, op. cit., s. 74–87.

¹² M. Maffesoli, op. cit., s. 209.

3.2. Partycypacja polityczna w dobie nowych technologii

Teoria partycypacji politycznej (uczestnictwa politycznego) podkreśla znaczenie udziału obywateli w procesach decyzyjnych jako podmiotów zaangażowanych, a tym samym odpowiedzialnych i akceptujących podejmowane decyzje. Partycypacja ta oddziałuje na wzmacnianie systemu politycznego¹³. Nadto uczestnictwo w procesach decyzyjnych wpływa na wzmocnienie tożsamości kolektywnej, odgrywającej znaczenie w procesie ugruntowania zaufania do instytucji i organizacji publicznych¹⁴. Partycypacja polityczna, która prowadzi do zaangażowania w politykę, może być realizowana tak przy pomocy form bezpośrednich, jak i w procesach komunikowania pośredniego i zapośredniczonego. W każdej postaci celem jest ustalanie sfery publicznej i kształtowanie jej opinii. Różnica w doborze kanałów komunikowania wydaje się wynikać z bliskości sposobu komunikacji wobec struktur decyzyjnych. Formalne struktury decyzyjne kształtują faktycznie mechanizmy wykluczania powstrzymujące wpływ opinii na decyzje. Zwiększony dystans między aktorami politycznymi a obywatelami, których aktorzy mają reprezentować, może przybrać skrajne formy, opisywane związane przez termin „antypolityka”¹⁵. W alternatywnych sytuacjach politycznych, gdzie wiodącą rolę pełnią aktywiści chcący kontynuować postępowanie aż do osiągnięcia zmian, wyzwaniem pozostaje zmobilizowanie opinii do wywierania faktycznego wpływu politycznego. Jak pisze Gianluca Giansante, społeczności sieciowe mogą stać się coraz skuteczniejszym narzędziem: angażowania w kampanię wyborczą; rekrutowania wolontariuszy do udziału w działaniach społecznych; tworzenia lokalnych komitetów, które umożliwiają ludziom pracę w grupach, a także przybliżają jednostki do liderów. Internet poprzez swoje narzędzia staje się źródłem komunikacji liderów z wolontariuszami i innymi zainteresowanymi, którzy w sytuacji komunikacji zapośredniczonej (jaka łączy w sobie zarówno elementy komunikacji bezpośredniej, jak i masowej) są bardziej skłonni brać odpowiedzialność za podejmowanie działań¹⁶.

Definiując pojęcie partycypacji politycznej, należy podkreślić jej użytkową rolę, polegającą na byciu środkiem transmisji interesów, pragnień

¹³ R.A.Dahl, *Polyarchy, Participation and Opposition*, New Haven: Yale University Press 1971; C. Pateman, *Participation and Democratic Theory*, London: Cambridge University Press 1970.

¹⁴ P. Osterman, *Securing Prosperity*, Princeton: Princeton University Press 1999.

¹⁵ G. Giansante, *Online Political Communication: How to Use the Web to Build Consensus and Boost Participation*, Basel: Springer International Publishing 2015, s. 240.

¹⁶ Ibidem, s. 242–244.

i żądań obywateli, które ci kierują do rządzących – takie rozumienie partycypacji politycznej odnosi się do jej wpływu na system polityczny. Jak twierdzą Eran Vigoda-Gadot i Shlomo Mizrahi, partycypacja polityczna to kontakt inicjowany przez obywatela, prowadzący do wspólnej działalności, co kreuje przejawy uczestnictwa. Wskazując na formy biernego i czynnego politycznego uczestnictwa w reżimie demokratycznym, autorzy podkreślają szereg aktywności: głosowanie, działalność partii politycznych i organizowanie kampanii wyborczych, działalność społeczna, kontakt z urzędnikami, działania protestacyjne i komunikacyjne¹⁷. Jednocześnie należy zaznaczyć, iż dynamika reprezentacji, w wyniku której władza jest delegowana, wiąże się z partycypacją polityczną w ograniczonym stopniu. Rola obywateli sprowadza się do wyboru swych przedstawicieli poprzez głosowanie. Polityka w rozumieniu formalnym traktuje wyborców jako zagregowany kapitał, a nie postrzega ich w dynamicznym procesie interakcji.

Tabela 7. Protest społeczno-polityczny a typ społeczeństwa

Typ społeczeństwa	Sposób wyrażania niezadowolenia społecznego	Skutki wyrażania niezadowolenia społecznego
demokratyczne	otwarty	udział w protestach nie jest karany, protesty prowadzą do zmian, liczba uczestników wzmacnia siłę oddziaływania protestów
autorytarne	ograniczony	zarządzanie strachem, unikanie konfrontacji z władzami, obawa przed konsekwencjami

Źródło: H. Flam, *Emotions' Map: A Research Agenda*, [w:] *Emotions and Social Movements*, red. H. Flam, D. King, New York: Routledge 2005, s. 99–118.

Powyższa tabela prezentuje zależność wynikającą z typu społeczeństwa, która wpływa tak na sposób artykułowania niezadowolenia społecznego, jak i na potencjalne skutki płynące dla obywateli angażujących się w te formy partycypacji, jakie wiążą się z kontestowaniem władzy i jej decyzji oraz oporem społecznym. Systemy otwarte (demokratyczne) pozwalają na uczestnictwo w sposób ograniczony regulacjami prawnymi, w systemach autorytarnych te zasady wyznaczane są praktyką polityczną.

Jak twierdzi Jonas Wolff, uczestnictwo w polityce – albo coraz częściej jego brak – jest pochodną istniejących w systemie demokratycznym możliwości uczestnictwa. W samym społeczeństwie mogą istnieć przeszkody dla

¹⁷ E. Vigoda-Gadot, S. Mizrahi, *Managing Democracies in Turbulent Times, Trust, Performance, and Governance in Modern States*, Berlin–Heidelberg: Springer Verlag 2014, s. 518–520.

różnych grup, dla przykładu: brak reprezentacji niektórych wyborców lub niedostępność w procesie decydowania. Udział oczywiście zależy również od inicjatyw podejmowanych przez samych obywateli, ale podstawową kwestią jest to, że aktywność zawsze zależy od okoliczności. Tak więc każdy postrzegany brak partycypacji nie powinien być interpretowany jedynie jako kwestia obywatelskiej apatii, ale musi być rozumiany bardziej ogólnie, w kontekście dynamiki i dylematów istniejących we współczesnej demokracji¹⁸. Jonas Wolff zaznacza jednocześnie, że subiektywne zaangażowanie i uczestnictwo mogą przejawiać różny stopień afektywności, od silnych emocji do najłagodniejszych form partycypacji. Stopień emocjonalnego zaangażowania wynika tak z osobowości jednostki, jak i z uwarunkowań politycznych¹⁹.

Nico Carpentier podkreśla z kolei, że: „uczestnictwo powinno pozostać zaproszeniem – stale dostępnym i osadzonym w zrównoważonych stosunkach władzy – dla tych, którzy chcą, aby ich głos został usłyszany”²⁰. Carpentier podkreśla, że partycypacja może przybierać formę konfliktu albo dążenia do konsensusu. Konflikt wynika z partycypacji, która przybiera silnie konfrontacyjny charakter, zaś dążenie do konsensusu sprzyja rozwiązywaniu problemów, porozumieniu i współpracy. Istotne znaczenie w wyborze sposobu partycypacji pełnią media, które nie tylko dostarczają treści, ale coraz częściej, w związku z popularyzacją nowych mediów, pozwalają jednostkom być aktywnym w tworzeniu przekazów. Media pełnią kluczową rolę także jak chodzi o przekształcanie reprezentacji, nadając znaczenie grupom dotąd marginalizowanym. Zmieniając skalę komunikowania i przenosząc znaczenie z głównych aktorów politycznych na mniejsze grupy i organizacje, dochodzi do oddziaływania na relacje władzy online. Jan van Dijk zaleca zachowawczość w postrzeganiu roli nowych mediów jako rzeczywistego podmiotu rozszerzającego kryterium uczestnictwa, wskazując na brak rozróżniania pomiędzy uczestnictwem w przekazach medialnych a e-uczestnictwem, które autor definiuje jako udział w sprawach publicznych w określonej fazie procesu polityki instytucjonalnej. Jak wskazuje van Dijk, internet nie skłonił większej liczby osób do zaangażowania się w politykę, a samo wyszukiwanie informacji stało się popularne, ale nie wpłynęło na zwiększenie udziału w dyskusjach albo zaangażowanie w prowadzenie

¹⁸ J. Wolff, *From the Unity of Goodness to Conflicting Objectives: The Inherent Tensions in the External Promotion of Democracy and Civil Society*, [w:] *Civil Society and Democracy Promotion*, red. T. Beichelt, I. Hahn-Fuhr, F. Schimmelfennig, S. Worschech, New York: Palgrave Macmillan 2014, s. 34–40.

¹⁹ Ibidem, s. 60–65.

²⁰ N. Carpentier, *Media and Participation: A Site of Ideological-democratic Struggle*, Chicago: Chicago Press 2011, s. 359.

kampanii w sieci²¹. Jednak, co podkreślają zarówno van Dijk, jak i Giansante, udział w sieci internetowej jest pierwszym krokiem do zwiększenia partycypacji poprzez kształtowanie debaty online oraz wysłuchiwanie opinii, jakie prowadzą do identyfikowania problemów i potrzeb. Aktywiści, którzy stają się liderami protestów społeczno-politycznych, uprzednio pełnili funkcję „węzłów” – zbierając i udostępniając informacje za pośrednictwem kanałów internetowych (fora, serwisy społecznościowe, blogi). Zebrane treści z jednej strony służyły identyfikacji deficytów partycypacji, a z drugiej – budowaniu konsensusu wokół eksplorowanej świadomości pozwalającej zrozumieć punkty widzenia użytkowników. Istotnym ustaleniem, podkreślanym przez Gianluca Giansante, są nowe formy uczestnictwa politycznego, które tworzy sieć w celu mobilizacji obywateli, polegające na kojarzeniu działań w rzeczywistości realnej z działaniami wirtualnymi (jako przykład podaje, aby po zakończeniu demonstracji kierować do jej uczestników wirtualne petycje, dzięki którym dochodzi do podtrzymania zaangażowania). Działania te kreują nowe możliwości uczestnictwa oraz tworzą miejsca, które budują formy demokratycznej organizacji, działające bez organizacji. Sieć może być siłą do aktywizowania ludzi, nawet tych, którzy wcześniej zdystansowali się od polityki, ale sama z siebie nie tworzy uczestnictwa. Wyniki zawsze zależą od tego, w jaki sposób korzystają z sieci organizacje polityczne²².

Postępująca modernizacja polityczna zmienia sposoby interakcji i zaangażowania w sferze publicznej, przekształcając charakter kapitału społecznego. Jak piszą Russel J. Dalton i Hans-Dieter Klingemann: „[...] lojalistyczne formy zaangażowania sterowanego przez elity upadają, ale nasilają się spontaniczne formy zaangażowania wynikającego z wewnętrznej potrzeby. [...] Nowy styl partycypacji obywatelskiej umieszcza większy stopień kontroli nad działalnością polityczną w rękach obywateli, a także zwiększa presję publiczną na elity polityczne”²³. Jednocześnie, jak podkreślają autorzy, partycypacja polityczna zmienia się za sprawą odchodzenia od zrytualizowanych form aktywności, z których wynikały także zakazy uczestnictwa. Rutyna uczestnictwa konwencjonalnego ewoluuje nie tylko za sprawą form komunikowania ale także zróżnicowania praktyk, których

²¹ J. van Dijk, *Społeczne aspekty nowych mediów. Analiza społeczeństwa sieci*, tłum. J. Konieczny, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN 2010, s. 153.

²² G. Giansante, op. cit., s. 240–245.

²³ R.J. Dalton, H-D. Klingemann, *Obywatele a zachowania polityczne*, [w:] *Zachowania polityczne*, t. 1, tłum. A. Brzóska et al., red. R.J. Dalton, H-D. Klingemann, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN 2010, s. 49.

rozbudowany wachlarz pozwala na uczestnictwo okresowe, nieformalne, dostosowane do jednostkowych sytuacji²⁴.

Zdaniem Darrena Lillekera choć uznaje się, iż partycypacja polityczna jest w kryzysie, to jednak nie dotyczy to wszystkich jej form. Jakkolwiek by nie traktować partycypacji politycznej, czy to odnosząc się do jej postaci tradycyjnych, czy do unowocześnionych dzięki technologii, zawsze w działaniach jest podejmowana przez mniejszość. Dostęp do technologii cyfrowych, zdaniem Lillekera, przyczynia się do pobudzania tak poznawczego, jak i afektywnego, oddziałując na poszukiwanie informacji, dalej – wchodzenie w interakcje interpersonalne online, co zwiększa skłonność użytkowników do podejmowania aktywności obywatelskiej i partycypacji politycznej. Badania, jakie powołuje Lilleker, dowodzą, że istnieje związek pomiędzy byciem online a poziomem uczestnictwa i nie wynika on tylko z łatwości dzielenia się treścią lub jej komentowania. Raczej dochodzi do zmiany kulturowej, której źródłem jest komunikacja sieciowa, pozwalająca jednostkom na „bycie połączonymi”²⁵. Lilleker zwraca uwagę także na inny istotny argument, który stanowi uzasadnienie dla znaczenia liderów komunikowania w nowych mediach. Co prawda technologia ułatwia komunikowanie wszystkim posiadającym dostęp do internetu, jednak to zasoby decydują o tym, kto faktycznie jest słyszany. Badający wpływ technologii cyfrowych na komunikację i partycypację polityczną twierdzą, że nierówności w trybie offline są utrzymywane i często można je powiększyć w środowiskach internetowych, gdzie komunikacja polityczna i partycypacja wciąż pozostają domeną elit. Zatem, jak dowodzi Lilleker, na poziomie meta trudno jest utrzymać argument, że narzędzia internetowe zmieniają uczestnictwo, choć zarazem udział w jakiejś formie działań politycznych może mieć pozytywny wpływ na jednostkę²⁶. Tym podstawowym wpływem, jaki ma szansę na oddziaływanie poznawcze, jest możliwość założenia przez każdą jednostkę profilu na dowolnej platformie mediów społecznościowych, w której niezależnie od zagrożeń związanych z identyfikacją i prześladowaniem (możliwe konsekwencje zaangażowania), ma prawo do zdobywania i dzielenia się swoimi opiniami w globalnej społeczności. Przy założeniu istnienia realnych ograniczeń wynikających ze zdolności użytkownika do budowania zasięgu swojego przekazu, poznawczo każdy internauta ma możliwość pocucia własnej siły komunikacyjnej, jakiej nie ma szans poddać analizie używając tradycyjnych narzędzi komunika-

²⁴ Ibidem, s. 51.

²⁵ D.G. Lilleker, *Political Communication and Cognition*, Basingstoke: Palgrave Macmillan 2014, s. 457–460.

²⁶ Ibidem, s. 462.

nia. Swoista autoekspresja wyraża się zwykle w tym obszarze zaangażowania, który pozwala wyrazić użytkownikowi opinię i uzyskać informację zwrotną. To nic innego, jak inicjacja dyskursu sieciowego, który może mieć charakter inicjujący albo wzmacniający partycypację polityczną. Jak pisze Lilleker, aktywistami zwykle zostają osoby mające wysoki kapitał społeczny i zdolności jego wykorzystania, nie tylko posiadające dostęp do informacji, ale także zdolność do tworzenia treści i łączenia ich w umiejętności wyrażania opinii²⁷. Nasuwa się w tym miejscu refleksja, że użytkownik, tworzący w dyskursie treści, w których łączy własny pogląd oraz treści swoich adwersarzy, pragnie zaprezentować własny punkt widzenia. Przetwarzając oryginalną i pierwotną treść komentarzy do wiadomości, dyskurs wzbogaca się o nowe perspektywy, tworząc w narracji szerszy obraz rzeczywistości, mogący mieć znaczenie dla uczestnictwa online i offline w działaniach obywatelskich i politycznych. Henry Jenkins zjawisko to definiuje jako „narrację transmedialną” lub „opowieść transmedialną” (*transmedia storytelling*), uznając, że jest to: „wielowątkowa i zróżnicowana historia, która odsłaniana jest na różnych platformach medialnych, przy czym każde medium ma swój oddzielny wkład w tworzenie i rozwijanie fikcyjnego świata”²⁸. Kultura konwergencji, mająca istotne znaczenie nie tylko dla przenikania się oddziaływania różnych mediów, ale także dla pogłębiania współpracy, powoduje, że tę samą historię opowiadają różne środki przekazu i to wielokrotnie. Wybór, jaki dostaje konsument treści, wywołuje u niego mobilizację do aktywnego poszukiwania i uczestniczenia w poznawaniu rzeczywistości, która go zaintrygowała.

3.3. Kultura partycypacji w protestach społeczno-politycznych

Kultura partycypacji towarzyszy aktywności użytkowników każdego serwisu społecznego. Angażując się w procesy komunikowania, internauta współtworzy kulturę uczestnictwa, korzystając z zasad, jakie dotąd zostały wytworzone oraz dodając własne. Nowe praktyki komunikacyjne, które powstają podczas organizowania protestów społeczno-politycznych za sprawą serwisów społecznościowych, polegają na wewnętrznym i zewnętrznym przekazywaniu informacji, budowaniu sojuszy i porozumień z innymi podmiotami promującymi idee protestu, pozyskiwaniu zewnętrznego wsparcia i mobilizacji użytkowników. Odwołując się zarówno do teorii

²⁷ Ibidem, s. 467.

²⁸ H. Jenkins, *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, tłum. M. Bernatowicz, M. Filiciak, Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne 2008, s. 260.

zachowań zbiorowych, jak i teorii mobilizacji zasobów, każda z nich znajduje zastosowanie w procesach komunikowania prowadzonego w związku z manifestowaniem sprzeciwu. Teoria zachowań zbiorowych generuje „zaraźliwość”, która wśród użytkowników wywołuje spontaniczną aktywność komunikacyjną, jednocześnie oddziałując na kreację nowych praktyk uczestnictwa, wykorzystujących lub modyfikujących dotychczasową kulturę partycypacji. Spontaniczna aktywność użytkowników coraz częściej staje się przedmiotem działań profesjonalistów, którzy za pomocą zarządzania emocjami wywołują wrażenie spontaniczności. Jako że w uczuciach, które podlegają zarządzaniu w akcie komunikacji, jedna ze stron ma do odegrania **rolę** (lider protestu), zaś celem aktywności drugiej jest wejście w **relacje** (uczestnik protestu), partycypacja zwykle nie przebiega według schematów symetrycznych. Jedna ze stron jest w pozycji uprzywilejowanej, posiadając kompetencje i możliwości używania technik, za pomocą których zarządza emocjami użytkowników sieciowych. Vincent J. Roscigno i William F. Danaher podkreślają znaczenie treści publikowanych w sieci podczas protestów: aktywiści (liderzy protestu) chcą wpływać na opinię publiczną, dlatego angażują użytkowników do kreowania wiadomości w taki sposób, aby opowiadane historie trafiły do serc zainteresowanych²⁹. Podobne stanowisko wyraża Arlie Russel Hochschild, formułując twierdzenie o charakterze uniwersalnym, że emocje, które są przedmiotem zarządzania, pełnią określone funkcje sygnalizacyjne, niczym lęk u Freuda. Dzięki uczuciom można poznać własny punkt widzenia świata, rozpoznać zjawiska związane przez jednostkę z emocjami, które zawsze przybierają określoną formę społeczną. Podkreślając proces „niezarządzania emocjami”, nadaje się znaczenie temu, co naturalne i spontaniczne oraz co wynika z wykształcenia w jednostkach instrumentalnej postawy wobec emocji, które stanowią najpotężniejsze narzędzie kultury do kierowania działaniami ludzi³⁰. Także Diana C. Mutz wskazuje, że choć emocje są krótkotrwałe, to zarazem silnie zogniskowane. W teorii inteligencji afektywnej, przywołanej przez Mutz, podkreśla się, że emocje służą „uczynieniu obywateli bardziej wyrobionymi”, co skutkuje wzmożeniem uwagi w przypadku zaistnienia wydarzeń lub okoliczności, jakie oddziałują afektywnie na jednostkę, wywołując u niej zwiększoną potrzebę poszukiwania informacji. Tym samym emocje, zdaniem Mutz, wpływają na wykształcenie politycznej

²⁹ V.J. Roscigno, W.F. Danaher, *Media and Mobilization; The Case of Radio and The Southern Textile Worker Insurgency, 1929–1934*, „American Sociological Review” 2001, Vol. 66 (1).

³⁰ A.R. Hochschild, *Zarządzanie emocjami. Komercjalizacja ludzkich uczuć*, tłum. J. Konieczny, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN 2009, s. 19–20.

„inteligencji”, czego efektem jest wzrost zaangażowania i bardziej świadoma partycypacja³¹.

Christian Fuchs uważa, że internet zdominowany jest przez podmioty profesjonalnie zarządzające informacją i wykorzystujące dane, co w teorii demokracji uczestniczącej powoduje, że udział jednostki nigdy może nie mieć charakteru w pełni partycypacyjnego. Fuchs uważa, że ważne jest, czy jednostka świadomie i aktywnie angażuje się w coś politycznego w kontekście udziału w akcie oporu politycznego³². Podobnie w teorii mobilizacji użytkowników: generowane są działania komunikacyjne liderów protestu, wykorzystujących uczestnictwo w mediach społecznościowych, aby zwiększyć szanse na skuteczność podejmowanych działań. Paradygmat eksperta opisany przez Petera Walsha oddziałuje na kształtowanie kultury uczestnictwa, nadając kierunek wyszukiwania informacji, zachęcając użytkowników do tworzenia własnych treści oraz wzmacniając interakcje społeczne pomiędzy nimi. Jak twierdzi Walsh, proces komunikowania sieciowego, z natury otwarty, powoduje, że od osoby (eksperta) wymaga się wiedzy, która ma charakter specjalistyczny, została ukształtowana przez tradycyjne dyscypliny naukowe³³. Dotychczasowe badania dowodzą, że w swojej komunikacji online jednostki coraz bardziej polegają na innych w zakresie informacji, wiedzy i opinii, a także zachowań kształtowanych przez strumień informacji i dynamikę społeczną³⁴. Liderzy protestów oraz administrujący komunikacją siecią podczas wydarzeń prowadzą świadomą i skoordynowaną komunikację z odbiorcami, tworząc grupy i społeczności. Te wykorzystywane są do przekazywania informacji, ale także do oddziaływania na użytkowników w taki sposób, aby angażować ich w konkretne działania. Dzieje się tak za sprawą kreacji odpowiedniego kontentu, który właściwie kanalizuje aktywności użytkowników dzięki udostępnianym informacjom.

³¹ D.C. Mutz, *Psychologia polityczna a wybór*, [w:] *Zachowania polityczne*, t. 1, op. cit., s. 134–135.

³² Ch. Fuchs, *Social Media: A Critical Introduction*, London: Sage 2013, s. 70–73.

³³ P. Walsh, *That Withered Paradigm: The Web, The Expert, and the Information Hegemony*, [w:] *Democracy and New Media*, red. H. Jenkins, D. Thorburn, Cambridge: MIT University Press 2003.

³⁴ R.M. Bond et al., *A 61-million-person Experiment in Social Influence and Political Mobilization*, „Nature” 2012, Vol. 489; S. Messing, S.J. Westwood, *Selective Exposure in the Age of Social Media: Endorsements Trump Partisan Source Affiliation When Selecting News Online*, „Communication Research” 2014, Vol. 41 (8); L. Bode, *Political News in the News Feed: Learning Politics from Social Media*, „Mass Communication and Society” 2015, Vol. 19 (1); J. Turcotte et al., *News Recommendations from Social Media Opinion Leaders: Effects on Media Trust and Information Seeking*, „Journal of Computer-Mediated Communication” 2015, Vol. 20 (5).

Leah A. Lievrouw twierdzi, że media elektroniczne przyczyniają się do promowania demokracji uczestniczącej, która nie tylko ma walor mobilizujący i angażujący różne grupy społeczne, ale także zachodzi poprzez artykulację krytycznego stosunku do rzeczywistości, stając się przyczynkiem do organizacji „lepszego społeczeństwa”³⁵.

Teoria kultury partycypacji (*participatory culture*) została zbudowana przez Henrygo Jenkinsa, który wiązał jej rozwój z ewolucją sieci. Progres technologii komunikacyjnych wpłynął na wzrost znaczenia tzw. mediów partycypacyjnych, które kreują uczestnictwo, wykorzystując więzi istniejące pomiędzy członkami społeczności oraz dążenie do realizacji paradygmatu społeczeństwa obywatelskiego, jakim jest wytwarzanie dobra wspólnego.

Kultura partycypacji stanowi rozwinięcie teorii kolektywnej inteligencji Pierre Levyego³⁶, analizowanej w korelacji ze wspomnianym „paradygmatem eksperta” Petera Walsha. O ile ekspert posiada skonkretyzowaną wiedzę, o tyle inteligencja zbiorowa, dzięki otwartemu charakterowi komunikowania sieciowego, ma szansę przełamywać granice dyscyplinarności nauki i wykorzystywać zróżnicowaną wiedzę społeczności sieciowej. Jak twierdzi Henry Jenkins, elementami spajającymi wiedzę jednostki z otwartym charakterem społeczności są: aktywne uczestnictwo, istniejące więzi wewnętrzne, dobrowolność, tymczasowość, dynamika komunikacji³⁷.

Użytkownicy sieciowi są obecni w społecznościach okresowo i dobrowolnie, do momentu kiedy ich emocjonalne i intelektualne potrzeby ulegają zaspokojeniu w takiej konfiguracji. Tworzenie i rozwiązywanie społeczności jest elastyczne³⁸. Spersonalizowane media stymulują uczestnictwo i poprzez interakcje rozwijają inteligencję zbiorową. Jak twierdzi Pierre Levy, władza uczestnictwa istnieje równolegle z władzą w rozumieniu tej, którą nad obywatelami sprawuje państwo, a nad pracownikami odpowiednie korporacje. Władza uczestnictwa, która istnieje w relacjach sieciowych,

³⁵ L.A. Lievrouw, *Media alternatywne...* op. cit., s. 190.

³⁶ P. Lévy, *Collective Intelligence: Mankind's Emerging World in Cyberspace*, Cambridge: Perseus Books 1997, s. 20.

³⁷ H. Jenkins, *Kultura konwergencji*, op. cit., s. 57.

³⁸ Analiza społeczności sieciowych, głównie formowanych w globalnym kanale Facebooka w związku z protestami politycznymi, po zakończeniu manifestacji nie ulega rozwiązaniu albo zmienia swoje przeznaczenie, stając się kanałem informacyjnym (np. społeczność ЄвроМайдан / EuroMaydan, założona 21 listopada 2013 roku w związku z wydarzeniami na kijowskim Majdanie Niezależności, jakie miały miejsce między listopadem 2013 a lutym 2014 roku), albo ustaje aktywność, przy zachowaniu samej grupy w sieci (np. społeczność Sunflower Movement, założona 25 marca 2014 roku w związku z wydarzeniami, które miały miejsce w Tajpej między 18 marca a 10 kwietnia 2014 roku).

może korygować władzę państwową oraz korporacyjną, co dzieje się za sprawą wypracowywania przez inteligencję zbiorową nowych praktyk komunikacyjnych oraz takich, które generują nowe formy kontroli i nadzoru. Manuel Castells, tworząc komunikacyjną teorię władzy, wskazuje, iż władza usieciowiona polega na kontrolowaniu dostępu treści do sieci. Takie zarządzanie sprowadza się do odpowiedniego kształtowania osób programujących sieć, w której sprawowanie władzy to nic innego, jak tworzenie znaczeń, które mogą zostać użyte do programowania umysłów jednostek w procesie komunikowania. Jak pisze Castells, przekształcanie ludzi w odbiorców to sprzedawanie im wizji życia, co w najprostszy sposób polega na projektowaniu wzorów kultury zgodnych ze strategiami korporacyjnymi, jakie następnie implementowane są do ludzkiego życia. Wzory kultury tworzone są dla kreacji wizji życia użytkowników, konstruowanie znaczeń, w które wpisane zostają motywy polityczne i ideologiczne, skuteczniej oddziałuje na kreowanie potrzeb i oczekiwań jednostek. Castells konstruuje, sieciową teorię władzy, podkreśla trzy tezy:

1. Władza ma charakter wielowymiarowy, co oznacza, że sieci komunikacyjne są podstawowymi narzędziami konstruowania władzy w społeczeństwie, oddziałując na każdy aspekt życia jednostki i wpływając na umysły za pomocą sieci komunikacji masowej.
2. Sieci władzy tworzą szerszą sieć, za pomocą której kumulują swoje oddziaływanie, jednocześnie współpracując i współzawodnicząc, co zwiększa siłę oddziaływania sieci w realizacji konkretnych projektów.
3. Sieć władzy jest skonstruowana wokół państwa i systemu politycznego. Oznacza to, że państwo nie tylko wykazuje zdolność regulacyjną, ale także gwarantuje sprawne funkcjonowanie innych sieci władzy³⁹.

Komunikacyjna teoria władzy Castellsa, która zakłada, że najsilniejsi aktorzy są w stanie programować sieci w taki sposób, aby służyły ich interesom (głównie politycznym i ekonomicznym), nadto krytyczna analiza dokonana przez Jeffreya Alexandra⁴⁰, podkreślającego, że kulturowy aspekt działania nowych ruchów sprowadza się głównie do skuteczności w procesie komunikowania swoich celów, należały do powodów podjęcia refleksji nad kulturą uczestnictwa z udziałem jej twórcy. Henry Jenkins wraz z Mizuko Ito i danah boyd⁴¹ poddali kulturę uczestnictwa krytycznej

³⁹ M. Castells, *Władza komunikacji*, tłum. J. Jedliński, P. Tomanek, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN 2013, s. 418.

⁴⁰ J.C. Alexander, *The Civil Sphere*, New York – Oxford: Oxford University Press 2006, s. 229–230.

⁴¹ Autorka proponuje, aby jej imię i nazwisko zapisywać małą literą. Wyjaśnienie znajduje się na stronie internetowej: <http://www.danah.org/name.html> [dostęp: 5.15.2018].

refleksji⁴². Badacze twierdzą, że wyróżniającą cechą kultury uczestnictwa jest budowanie więzi pomiędzy członkami społeczności zaangażowanymi w wymianę lub tworzenie treści, ale jednocześnie istnienie wielu platform medialnych, definiujących siebie jako partycypacyjne, nie sprzyja rozwojowi kolektywnego rozumienia kulturowej produkcji i nie angażuje młodych użytkowników w kulturowe praktyki partycypacyjne oraz działania na rzecz demokracji czy zmiany społecznej. Autorzy zaznaczają, że kultura uczestnictwa wiąże się ze zjawiskiem „polityki partycypacyjnej”, polegającej na tym, że mechanizm kulturowego uczestnictwa wykorzystuje się w celu angażowania ludzi za pośrednictwem sieci w sprawy polityczne lub obywatelskie. Kultura uczestnictwa, zdaniem autorów, oznacza: podzielenie przez grupę tych samych wartości i wspólne działanie; jest kontrkulturowa albo antyautorytatywna; stanowi zestaw praktyk skoncentrowanych na dostępnych formach społecznych kulturowej produkcji i dzielenia się oraz zestaw wzorów, dzięki którym owe społeczne praktyki mogą umożliwiać uczenie się, usamodzielnienie, obywatelskie działanie oraz zwiększanie kompetencji; powstaje dzięki ludziom, a nie technologii; podlega ewolucji. Zarówno tworzenie kultury uczestnictwa, jak i udział w niej warunkuje charakter kultury, która tworzy struktury. Im jest ona bardziej hierarchiczna, tym mechanizmy mają charakter bardziej wykluczający, a nie włączający. Hierarchiczność kultury wykorzystuje mechanizm selekcji, ograniczający kulturę uczestnictwa.

Wnioski o ograniczonej inkluzywności kultury partycypacji oraz oddziaływaniu typu kultury na selekcje treści potwierdziły badania poświęcone funkcjonowaniu społeczności Sunflower Movement, która powstała na Facebooku w związku z protestem tajwańskich studentów w 2014 roku. Analizę przeprowadzono w 2018 roku na materiale zastanym, jakim była funkcjonująca, ale nieaktywna od strony administratorów społeczność, powołana dla promowania protestu (*publicity*) w wirtualnej, globalnej wspólnocie sieciowej, dostarczania informacji (*press release*) dziennikarzom mediów globalnych oraz w celu umożliwienia prezentowania wydarzeń, jakie odbywały się w innych miejscach świata, a stanowiły wyraz poparcia dla protestujących na Tajwanie⁴³. Cel powstania wirtualnej wspólnoty (zapewnienie *publicity* oraz dostarczanie *press release* dziennikarzom mediów światowych), który poprzez tworzenie i dobór kontentu kreowali administratorzy społeczności, w połączeniu z hierarchicznością kultury

⁴² H. Jenkins, I. Mizuko, d. boyd, *Participatory Culture in a Networked Era: A Conversation on Youth, Learning, Commerce, and Politics*, Cambridge: Polity Press 2016.

⁴³ G. Piechota, *Network Communities as an Expression of Inclusive Culture of Participation in Political Protest: The Sunflower Movement Case Study*, „Communication Today” 2018, Vol. 9 (2).

tajwańskiej⁴⁴, należącej do tzw. kultury kolektywnej, wywołały ograniczoną inkluzywność i selekcję treści niemal wyłącznie do tych, które odpowiadały celowi powstania społeczności – te treści również wywoływały aktywność użytkowników należących do społeczności, generując ruch, w wyniku którego kontent podlegał upowszechnianiu. Posty użytkowników należących do społeczności, które nie dotyczyły bezpośrednio kontentu wskazanego przez administratorów jako cel jej powstania, były ignorowane przez pozostałych członków społeczności. Sunflower Movement, jako wspólnota sieciowa, pomimo otwartego charakteru działała silnie scentralizowanie, administratorzy, wykorzystując swoje miejsce przypisane im w hierarchii kulturowej, określili cel powstania społeczności i zdeterminowali kierunek komunikacji, wpływając tym samym na zachowania sieciowe użytkowników⁴⁵.

3.4. Przynależność do społeczności wirtualnej – przejawy widzialności i autoprezentacji

Kontynuując rozważania związane z kulturą partycypacji w kontekście aktywności jednostek w społecznościach sieciowych, które zawiązują się

⁴⁴ Zgodnie z typologią kultur opracowaną przez Geerta Hofstede, Tajwan należy do kultur, w których dominują postawy kolektywne związane z hierarchizacją (wynika to m.in. z faktu, że ok. 97% tajwańskiego społeczeństwa kulturowo stanowią Chińczycy). Zarządzanie w kulturze kolektywnej polega na zarządzaniu grupami, bez uwzględniania interesów jednostek, a relacje pomiędzy jednostkami są kształtowane zgodnie ze statusem, także przypisanym. Jak wskazuje Hofstede, grupa narzuca jednostce normy i wzorce zachowań, jednocześnie kontrolując te zachowania, zaś jednostka podporządkowuje się interesom grupy; G. Hofstede, G.J. Hofstede, M. Minkow, *Kultury i organizacje. Zaprogramowanie umysłu*, tłum. M. Durska, Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne 2011. Typologia kultur wg kompasu kultur: <https://www.hofstede-insights.com/country-comparison/taiwan/> [dostęp: 22.05.2018].

⁴⁵ Hofstede zakłada, że w kulturach kolektywnych jednostki relatywnie rzadziej korzystają z komunikacji internetowej w porównaniu do osób należących do kultur indywidualistycznych; G. Hofstede, G.J. Hofstede, M. Minkow, op. cit., s. 132. Te tezy nie znajdują jednak uzasadnienia, jeśli chodzi o społeczeństwo Tajwanu, gdzie korzystanie z telefonii mobilnej oraz mobilnych sieci informatycznych należy do powszechnego zjawiska, co więcej – niewarunkowanego wiekiem użytkowników. Według danych statystycznych na koniec 2017 roku użytkowników internetu na Tajwanie było ponad 20 mln, z czego z serwisu Facebook korzystało 18 mln użytkowników – populacja mieszkańców Tajwanu wynosi nieco ponad 23,5 mln, <https://www.internetworldstats.com/asia.htm> [dostęp: 22.05.2018].

podczas protestów społeczno-politycznych – zwykle celowo i intencjonalnie, analizę w tej części należy rozpocząć od typów aktywności sieciowej, które przejawiają użytkownicy, stając się członkami wspólnot wirtualnych. Zachowania w rzeczywistości sieciowej zorientowane są na interakcje społeczne można podzielić na dwa typy – aktywne zachowania dotyczące uczestnictwa, do których zaliczyć można wysyłanie wiadomości, pisanie blogów, komentowanie zdjęć i innych treści, oraz zachowania pasywne, sprowadzające się głównie do przeglądania wybranego kontentu. Jak podkreślają Taejin Jung, Hyunsook Youn i Steven McClung Jung, istnieje także kilka innych peryferyjnych rodzajów zachowań, takich jak granie w gry czy wyszukiwanie znajomych. Autorzy zaznaczają jednocześnie, że aktywność w społecznościach wirtualnych jest pochodną funkcjonowania jednostki w sieci. Wcześniejsze aktywne zachowania są podobne do aktywnego uczestnictwa w społecznościach wirtualnych, podczas gdy późniejsze zachowania pasywne generują podobne postawy w społecznościach wirtualnych⁴⁶. Honglei Li, Vincent S. Lai i Kun Chang Lee podkreślają z kolei, że zachowania w społeczności wirtualnej zależą od aktywności użytkowników. Badacze dzielą zachowania partycypacyjne na trzy typy: ogólne uczestnictwo (*general participation*), udział utajniony (*lurking*) oraz aktywny wkład (*active contribution*). Identyfikacja różnic pomiędzy wskazanymi typami polega głównie na czasie spędzonym w grupie i typie aktywności, ale każdy z typów uczestnictwa ma zarazem znaczenie dla kreowania wirtualnej wspólnoty. Ogólne uczestnictwo określa się poprzez czas i typ aktywności, udział utajniony jest bierny, oznacza przynależność uczestników do wirtualnej wspólnoty skonstruowanej jako grupowa intencja uczestniczenia, wynikająca z indywidualnych determinantów jednostki oraz podzielanej tożsamości. Aktywny wkład to interakcje zachodzące pomiędzy uczestnikami⁴⁷, udział utajniony polega na czytaniu i przeglądaniu informacji, jakie oddziałują na kształtowanie tożsamości zbiorowej jednostki⁴⁸ oraz pozwalają na wyrażanie aprobaty z powodu przynależności do sieciowej wspólnoty, w której udział w przyszłości może ulec potencjalnej aktywi-

⁴⁶ T. Jung, H. Youn, S. McClung, *Motivations and Self-Presentation Strategies on Korean-Based „Cyworld” Weblog Format Personal Homepages*, „CyberPsychology & Behavior” 2007, Vol. 10 (1), s. 24–31.

⁴⁷ L. Honglei, V.S. Lai, K.C. Lee, M. Ryun, C. No-Ku, *Interpersonal Relationship Needs in Virtual Communities and Virtual Worlds: When Virtual Participation Explained as Self-Expression*, 2013, <https://pdfs.semanticscholar.org/e7e2/c8d6b5aaca44e85d5ba13889c86d2f513268.pdf> [dostęp: 22.05.2018].

⁴⁸ Autorzy jednocześnie zaznaczają potencjalną możliwość wystąpienia wielu odrębnych tożsamości, wynikających z przynależności jednostki w tym samym czasie do wielu społeczności sieciowych.

zacji. Kluczową rolę w typie aktywności jednostki w społecznościach wirtualnych odgrywają intencje, jakie nią kierują. Badając intencje członków wirtualnych społeczności, Marc Fetscherin, Christoph Lattemann i Guido Lang odkryli, że kluczowe znaczenie we wpływie na owe intencje mają komunikacja i współpraca⁴⁹. Dla odmiany Kyung-Hee Kim i Haejin Yun wskazali, że istotne kryterium, generujące uczestnictwo sieciowe, wynika z emocjonalnej i relacyjnej strony, jaką wytwarzają wirtualne wspólnoty⁵⁰.

Odchodząc od ogólnych rozważań, a koncentrując się na tych, które dotyczą motywacji do sieciowego udziału jednostek w społecznościach powstających w związku z protestami społeczno-politycznymi, zauważyć należy, że dotychczas badacze koncentrowali się głównie na kwestii udziału w sieciowym proteście, traktując go jako wydarzenie (*event*). Uczestnik bierze udział w manifestacjach i innych formach protestu, traktując swój udział jednocześnie jako wyraz autoprezentacji i wzmacniania własnej widzialności w sieci.

Liczne prace dotyczące kwestii autoprezentacji sieciowej podkreślają jej znaczenie zjawiska widzialności. Jak pisze Guy Debord, widzialność to pożądana cecha społeczeństwa spektaklu, w którym uwaga zaczyna od wartości ekonomicznych, oznaczających posiadanie, a koncentruje się na „wyglądaniu”⁵¹. Istnienie jednostki w sieci warunkuje jej widzialność, która zarazem określa jej istnienie⁵². W opinii Marka Krajewskiego obecność sieciowa i bycie zauważalnym oznacza coś więcej niż tylko „widzialność” – pozwala na obdarzenie jednostki uznaniem. Deficyt publicznej ekspozycji kojarzy się nie tylko z faktem „bycia niezauważonym”, ale także wywołuje dalej idące skojarzenia: regres istnienia w świadomości jednostek i idący za tym brak uznania społecznego⁵³. Magdalena Szpunar twierdzi, że: „Tym bardziej jednostka istnieje, im bardziej się ekspozuje i wystawia na publiczny ogląd. Widzialność staje się znakiem statusu społecznego i pozycji

⁴⁹ M. Fetscherin, C. Lattemann, G. Lang, *Virtual Worlds Research: A Conceptual Primer*, „Journal of Electronic Commerce Research” 2008, Vol. 9 (3), s. 192.

⁵⁰ K.-H. Kim, H. Yun, *Cying for Me, Cying for Us: Relational Dialectics in a Korean Social Network Site*, „Journal of Computer-Mediated Communication” 2007, Vol. 13 (1).

⁵¹ G. Debord, *Spółczesność i spektakl*, tłum. A. Ptaszkowska, Gdańsk: Słowo/Obraz Terytoria 1998, s. 14.

⁵² T. Olchanowski, J. Sieradzan, *Wprowadzenie do problematyki narcyzmu. Od klasycznych koncepcji narcyzmu do narcyzmu kultury zachodniej*, [w:] *Narcyzm. Jednostka, społeczeństwo, kultura*, red. J. Sieradzan, Białystok: Wydawnictwo Uniwersytetu w Białymstoku 2011, s. 44.

⁵³ M. Krajewski, *Kultury kultury popularnej*, Poznań: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Adama Mickiewicza 2005, s. 169.

jednostki⁵⁴. W badaniach porównawczych, jakie przeprowadziłam w 2015 roku na Ukrainie po wydarzeniach Rewolucji Godności, ankietowani studenci, którzy brali osobiście udział w wydarzeniach na kijowskim Majdanie, a ich miejscem zamieszkania był Kijów, wskazywali inne motywacje niż studenci z Lwowa, którzy również byli obecni na EuroMajdanie. Jedną z istotnych przesłanek, jakie motywowały studentów kijowskich do obecności na protestach przy jednoczesnym korzystaniu w tym samym czasie z kanałów komunikowania w mediach społecznościowych, było informowanie znajomych o tym, że są obecni w miejscu, gdzie dzieje się coś ważnego, i przekazywanie bezpośrednich doniesień tym, którzy nie brali udziału w wydarzeniach. Co ważne, studenci w badaniach podkreślali motywację, którą było wykorzystanie lokalizacji do oznaczania swojej obecności jako odrębnej i niepowiązanej z przekazywaniem informacji (te działania miały charakter aktywności wtórnej). Dla porównania: motywacje, jakie wykazywali obecni na kijowskim EuroMajdanie studenci z Lwowa, wiązały się z chęcią i zamiarem tworzenia niezależnych treści (także w formie zdjęć i filmów), które następnie publikowali w sieci, wymieniając informacje ze znajomymi przebywającymi poza Majdanem i wyrażającymi wirtualne poparcie dla protestu⁵⁵.

Wykorzystywanie lokalizacji w roli atrybutu uczestnictwa to nie tylko podejmowanie prób kształtowania swojej widzialności jako elementu autoprezentacji oddziałującej na sieciowy wizerunek użytkownika, ale także ujawnianie podzielanej tożsamości kolektywnej, która staje się wyznacznikiem wartości protestujących. Dzieje się tak wówczas, kiedy użytkownik nie tylko oznacza się w miejscu wydarzeń, ale wpisuje swoją aktywność w działania sieciowe, ujawniające preferencje i podzielane wartości. Oznacza to, że sama lokalizacja nie stanowi informacji istotnej z punktu widzenia autoprezentacji, jednak w połączeniu z aktywnością komunikacyjną użytkownika wpływa na jego wizerunek. Za istotny motywator przynależności do grup należy przyjąć zatem nie tylko wskazaną przez Maffesolię plemiennność, lecz także dążenie jednostki do zarządzania własną widzialnością i kreowanie wizerunku sieciowego w celu budowania prestiżu.

⁵⁴ M. Szpunar, *Kultura cyfrowego narcyzmu*, Kraków: Wydawnictwo Akademii Górniczo-Hutniczej 2016, s. 65.

⁵⁵ G. Piechota, R. Rajczyk, *The Role of Social Media...*, op. cit., s. 86–97. Na podstawie artykułu zidentyfikowałam sposób korzystania z social media podczas protestu, wiążąc go z typem uczestnictwa w proteście (czynnym lub biernym). Ustalenia ujęto w tekście: iidem, *Media społecznościowe w protestach politycznych*, [w:] *Komunikowanie społeczne w dobie nowych technologii*, red. D. Piontek, S. Ossowski, Poznań: PTKS 2017.

W literaturze definiowanie wizerunku jest zasadniczo podzielone na zagadnienia związane z wizerunkiem osoby oraz podmiotów zbiorowych. W tym miejscu analizie poddany jest wizerunek osób rozumianych jako użytkownicy w przestrzeni nowych mediów. Barbara Rozwadowska wizerunek (rozumiany w kontekście przedmiotu działań *public relations*) definiuje jako wrażenie, które osoba wywiera u innych – wizerunek wpływa na jej pozytywne postrzeganie i nadaje status społeczny. Jak podkreśla Rozwadowska, wizerunek to obszar autozarządzania w celu uzyskania akceptacji społecznej, bycia zauważonym i ocenianym pozytywnie⁵⁶. Zgodnie z teorią Marcina Łączyńskiego wizerunek może być przedmiotem zainteresowania w rozumieniu psychologicznym, socjologicznym, marketingowym i komunikacyjnym⁵⁷.

Wymiar psychologiczny autor rozumie jako procesy „percepcji” oraz „przetwarzania informacji”, w których dochodzi do, postrzegania wizerunku (czy jest zauważalny), identyfikacji (przetwarzania obserwacji według schematu poznawczego), oceny (czy wpływa na umysłową reprezentację przedmiotu), interakcji (jak postawy wpływają na powstający wizerunek) oraz zapamiętywania (czy wizerunek ulegnie trwałemu zapamiętaniu, czy wypączy go nowe informacje i treści).

Wymiar socjologiczny Łączyński rezerwuje dla podmiotów zbiorowych, instytucjonalnych wskazując, iż jego podstawowym obszarem analizy jest wizerunek wewnętrzny (wśród pracowników) i zewnętrzny (otoczenia podmiotu).

Wymiar marketingowy oznacza opisywanie wizerunku w kontekście wymiernych wartości, jakie przynosi lub może przynieść podczas działań promocyjnych i reklamowych. Rozumiany jest jako ten obszar, który ma generować zyski, również w kontekście siły i konkurencyjności.

Wymiar komunikacyjny dotyczy analizy kanałów komunikowania, z wykorzystaniem których rozprzestrzenia się informacja dotycząca osoby lub podmiotu zbiorowego, wpływająca na ich wizerunek w umysłach odbiorców. W tym obszarze analizie podlegają kody i role komunikacyjne⁵⁸.

Reasumując, warto nadmienić iż kultura partycypacji w jej formach oddziaływania na użytkowników sieciowych, którzy kreują swoje wizerunki i zapewniają sobie sieciową widzialność, pełni kluczową rolę, wpływając także na wizerunek państwa, w którym protesty społeczno-polityczne zachodzą, oraz kraju (o ile taka korelacja ma miejsce), który, pełniąc rolę do-

⁵⁶ B. Rozwadowska, *Public relations. Teoria, praktyka, perspektywy*, Warszawa: Wydawnictwo Studio Emka 2002, s. 268.

⁵⁷ M. Łączyński, *Analiza wizerunku*, [w:] *Metody badania wizerunku w mediach*, red.: T. Gackowski, M. Łączyński, Warszawa: Wydawnictwo CeDeWu 2009, s. 80.

⁵⁸ Ibidem, s. 80–2.

minującą, oddziałuje na sytuację w miejscu zaistnienia protestów. Zanim jednak ten komponent zostanie poddany analizie, należy zwrócić uwagę na jeszcze jedną funkcjonalność mediów alternatywnych, jaką jest przenikanie się rzeczywistości realnej i wirtualnej w sieciowej aktywności.

3.5. Protesty społeczno-polityczne jako egzemplifikacja *web-native*

Uznając w ślad za Kazimierzem Krzysztofkiem, że nowe media wprowadzają rewolucyjną zmianę kulturową i społeczną, poprzez realizację zdarzeń i praktyk kulturowych w wyłącznie cyfrowej postaci (*web-native*) dochodzi do transformacji społecznych, politycznych, kulturowych i ekonomicznych, które czynią działania społeczne bardziej wydajne. Wiele z praktyk komunikacyjnych nie nastąpiłoby, gdyby nie wykorzystano do ich realizacji technologii komunikacyjnych i informacyjnych⁵⁹.

Obecnie mówi się o trzech poziomach technologii informacyjno-komunikacyjnych:

1. Poziom I (podstawowy) – hardware, infrastruktura sprzętu i przetwarzania danych.
2. Poziom II (pośredni) – zaawansowanie w infrastrukturze szeroko-pasmowej, urządzenia pamięci masowej.
3. Poziom III – systemy i usługi softwarowe, technologie wyszukiwawcze, telefonia bezprzewodowa, produkcja multimedialna (*creative content*).

Z punktu widzenia użytkowników sieciowych najistotniejsza jest technologia ujmowana na poziomie III, wykorzystująca tak kompetencje, jak i kreatywność użytkowników, stających się twórcami treści i produkcji multimedialnych dostępnych sieciowo. Poziom III oddziałuje najsilniej także na hiperrzeczywistość⁶⁰, tworząc hiperspołeczeństwo – obecne nie tylko

⁵⁹ K. Krzysztofek, *Świat w wersji hiper – od hipermedium do hiperspołeczeństwa*, [w:] *Kulturowe kody technologii cyfrowych*, red. P. Celiński, Lublin: Wydawnictwo WSPA 2011, s. 136.

⁶⁰ Pojęcie „hiperrzeczywistość” (hiperrealność) wprowadził do nauk społecznych Jean Baudrillard. Uważał, że rzeczywistość zapośredniczona przez symulacje jest przez odbiorców traktowana jako bardziej rzeczywista. Rzeczywistość zapośredniczona powstaje w efekcie zastąpienia elementów świata realnego symbolami i znakami doprowadzającymi do zastępowania rzeczy ich wyobrażeniami. Zacierają się granice pomiędzy światem rzeczywistym a jego przedstawieniem, prowadząc do uniezależnienia się znaku jako formy obrazu rzeczywistości. Według Baudrillarda w hiperrzeczywistości odbiorca otrzymuje szczątkowy i niekompletny przekaz, wcześniej poddany fragmentaryzacji. Dodatkowo przyspieszony obieg informacji

w przestrzeni realnej, ale także wirtualnej. Obie przestrzenie przenikają się, dochodzi do przenoszenia emocji, wartości, idei, tożsamości i innych cech, jakie oddziałują na postawy i zachowania jednostek. Hiperspołeczeństwo jest w fazie ciągłego rozwoju, co prowadzi do tego, że nasila się aktywność, rośnie szybkość komunikacji a zarazem masowość interakcji oraz intertekstualność. Jak wskazuje Jean Baudrillard, intensyfikuje to:

[...] proces wypierania i zastępowania rzeczywistości przez „neoreczywistość” wytwarzaną w oparciu o rozmaite kombinacje kodu. [...] „Buduje” się pewien model łącząc ze sobą cechy bądź elementy rzeczywistości, każe im się „odgrywać” jakieś wydarzenie, strukturę lub przyszłe sytuacje a z jego funkcjonowania wyciąga się taktyczne wnioski znajdujące następnie zastosowanie w metodach operowania rzeczywistością. [...] W przypadku komunikacji masowej procedura ta nabiera jednak mocy rzeczywistości, a sama rzeczywistość ulega stopniowemu zanikowi, zaciera się i zostaje ostatecznie unicestwiona, ustępując miejsca owej neoreczywistości modelu, zmaterializowanej za sprawą samego środka przekazu⁶¹.

Powołując się na teorię Baudrillarda, Alexander Bard i Jan Söderqvist twierdzą, iż: „Realność staje się coraz bardziej podporządkowaną częścią hiperrealności, tak jak natura, która staje się coraz bardziej podporządkowaną częścią kultury. Nie ma już rzeczywistości, tylko wirtualne sceny, na których odgrywa się przedstawienia. Dlatego środowisko wirtualne staje się równoznaczne z pojęciem »środowisko«”⁶². Jak twierdzi Kazimierz Krzysztofek, hipermedium, jakim jest komputer podłączony do sieci, pozwala na zrozumienie roli technologii kulturowych, za sprawą których tworzona jest rzeczywistość społeczna. Zmianie ulegają tak praktyki społeczne, jak i procesy komunikacji. Píše Krzysztofek:

Z takiego narzędzia każdy może zrobić własny użytek, wykreować własny niepowtarzalny świat, „przepuścić” je przez swój filtr mentalny i kulturowy, tworzyć własne reprezentacje, za pomocą których jednostki organizują otaczający je świat i nadają mu znaczenia. [...] Posługiwanie się tym znaczeniem nie jest już tylko społecznym tworzeniem rzeczywistości, ale także społecznym tworzeniem technologii⁶³.

wywołuje utratę poczucia całości i brak świadomości następstwa zdarzeń; J. Baudrillard, *Symulakry i symulacja*, tłum. S. Królak, Warszawa: Wydawnictwo Sic! 2005.

⁶¹ Idem, *Społeczeństwo konsumpcyjne: jego mity i struktury*, tłum. S. Królak, Warszawa: Wydawnictwo Sic! 2006, s. 165.

⁶² A. Bard, J. Soderqvist, *Netokracja. Nowa elita władzy i życie po kapitalizmie*, tłum. P. Cypryański, Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne 2006, s. 243.

⁶³ K. Krzysztofek, *Świat w wersji hiper...*, op. cit., s. 143.

Technologia komputerowa pozwoliła na ukształtowanie nowego modelu narracji, w którym dochodzi do łączenia informacji. Hipertekst, wykorzystując komputery do wyrażania nieliniowej struktury treści, pozwala na wzajemne powiązania i oddanie złożoności idei. Temu sprzyjał także rozwój mediów społecznościowych, powodujący eksplozję technologii komunikowania, którego celem jest kreacja płaszczyzny dialogu⁶⁴. Rola rozwoju technologii, zmian kulturowych oraz praktyk komunikacyjnych w przypadku wykorzystania mediów społecznościowych podczas protestów społecznych sprowadza się do nadania grupom lokalnym i ich działaniom znaczenia w zglobalizowanej rzeczywistości medialnej. W erze przed internetem grupy lokalne były co prawda ze sobą skomunikowane, ale obecnie, jak pisze Krzysztofek, za sprawą zlewania się interfejsów, tworzy się jeden wielki *multi-network*, nadający zjawiskom charakter globalny⁶⁵. Rozwój technologii oddziałuje także na postawy i zachowania jednostek, które, rezygnując ze sfery prywatnej (sieciowo ma charakter wykluczający), stawiają w rzeczywistości wirtualnej na widoczność. Jednostki podczas protestów społecznych dokonują autorefleksji nad tożsamością, stając się członkami „nowych plemion”, co, jak zaznacza Krzysztofek, nie prowadzi jednoznacznie do reorientacji ku tożsamości kolektywnej. Zmienia się stosunek użytkowników sieciowych do władzy, poszukują alternatywnych idei, wartości, dzięki czemu, zdaniem Jürgena Habermasa, rozszerza się sfera działań komunikacyjnych⁶⁶. Komunikacja sieciowa staje się bardziej spontaniczna, aktywizowana okresowo, co wytwarza odmienną kulturę społecznych działań sieciowych. Habermas twierdzi, iż sprzyja to tworzeniu wspólnot komunikacyjnych, jakie faktycznie stanowią nowe formy kulturowe, w których dominują intersubiektywność oraz kolektywna inteligencja, prowadzące do powstawania odrębnych tożsamości. Do wyodrębniania wspólnot komunikacyjnych przyczyniają się protesty społeczno-polityczne, mobilizujące uczestników społeczności sieciowej podzielaających wartości i idee promowane podczas protestu. Społeczności sieciowe oprócz kreacji kultury uczestnictwa dla użytkowników sieciowych, wpływają także, poprzez przekaz treści, na budowanie wizerunku państwa – miejsca protestów.

⁶⁴ K. Madej, *Interactivity, Collaboration, and Authoring in Social Media*, Basel: Springer 2016, s. 416–420.

⁶⁵ Ibidem, s. 146.

⁶⁶ J. Habermas, *Teoria działania komunikacyjnego*, t. 1: *Racjonalność działania a racjonalność społeczna*, tłum. A.M. Kaniowski, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN 1999.

3.6. Wpływ protestów na branding narodowy państwa

Branding narodowy, polegający na kształtowaniu wizerunku oraz reputacji państwa, staje się w dobie globalizacji istotnym czynnikiem jakościowym⁶⁷. Kształtowanie wizerunku państwa w środowisku międzynarodowym jest jednym z istotniejszych elementów polityki zagranicznej, w tym także międzynarodowych stosunków politycznych, gospodarczych i kulturalnych⁶⁸. Polega na kreowaniu pozytywnego obrazu kraju wśród innych podmiotów, np. pozostałych państw, innych narodów czy organizacji międzynarodowych. Wizerunek państwa powstaje w złożonym środowisku, w procesie przepływu informacji i różnych form komunikowania⁶⁹. Beata Ociepka wśród wielu takich metod wymienia: oddziaływanie na media i dziennikarzy zagranicznych, oddziaływanie przez wydarzenia medialne we własnym kraju, akcje promocyjne i reklamowe, oddziaływanie poprzez produkty kultury masowej, w tym sport⁷⁰.

Z kolei Marta Ryniejska-Kiełdanowicz uważa za wizerunek również obraz wytworzony w określonym celu i odbierany przez opinię publiczną. Składają się na niego czynniki racjonalne, społeczne oraz emocjonalne. W procesie tworzenia wizerunku znaczenie mają tak wiedza i doświadczenie, jak również obawy, lęki, przypuszczenia, sympatie, antypatie oraz nor-

⁶⁷ M. Tesławski, *Praktyka brandingu*, Lublin: Wydawnictwo Słowa i Myśli 2015, s. 16.

⁶⁸ B. Ociepka, *Komunikowanie międzynarodowe*, Wrocław: Wydawnictwo Astrum 2002, s. 209.

⁶⁹ Analizowane zagadnienia mieszczą się w działaniach określanych mianem „dyplomacji publicznej”. Termin ten po raz pierwszy został użyty przez E. Gulliona w 1966 roku. Zdefiniował on dyplomację publiczną jako działania prowadzone przez rządy, prywatne grupy i jednostki, które mogą wpływać na postawy i opinie innych narodów i ich rządów, co z kolei wpływa na kształtowanie decyzji dotyczących polityki zagranicznej; A. Henrikson, *What Can Public Diplomacy Achieve?*, 2006, <https://www.diplomatie.gouv.fr/IMG/pdf/publicdiplo.pdf> [dostęp 15.08.2018]. Szerzej dyplomację publiczną definiuje Nicholas J. Cull, określając ją jako zarządzanie międzynarodowym środowiskiem poprzez zaangażowanie publiczności; N.J. Cull, *Public Diplomacy: Lessons from the Past*, <http://kamudiplomasisi.org/pdf/kitaplar/PDPerspectivesLessons.pdf> [dostęp 15.08.2018]. W Polsce zagadnieniami dyplomacji publicznej zajmuje się przede wszystkim Beata Ociepka, która definiuje ją jako formę komunikowania: dwustronnego, nastawionego na dialog, kierowanego do publiczności zagranicznych i realizowanego z wykorzystywaniem środków przekazu i kanałów o charakterze bezpośrednim. Celem dyplomacji publicznej jest kreowanie i wspieranie wizerunku kraju i społeczeństwa wśród publiczności zagranicznych poprzez oddziaływanie na opinię publiczną; B. Ociepka, *Dyplomacja publiczna*, Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego 2008.

⁷⁰ Ibidem, s. 209–211.

my otoczenia⁷¹. Podobnie twierdzą Alexander Buhmann i Diana Ingenhoff, uważając, iż wizerunek kraju wywołuje potencjalnie wiele skutków, m.in.: krytycznie wpływa na bezpośrednie inwestycje zagraniczne, oddziałuje na dobrobyt krajowej branży turystycznej, atrakcyjność rynku pracy i edukacji, a także stabilność stosunków międzynarodowych i stopień wpływu politycznego kraju na system międzynarodowy⁷².

Marka narodowa wg Marty Hereźniak to obraz lub skojarzenia, jakie społeczność międzynarodowa wiąże z krajem lub narodem. Choć sam proces polityczny jest zrozumiały, to realizacja działań zmierzających do osiągnięcia celu, jakim jest pozytywny wizerunek, zdaje się być złożona i długotrwała⁷³. Branding narodowy został zdefiniowany przez Simona Anholt'a jako profesjonalne i nowoczesne zabieganie krajów o własną pozycję na rynku na podstawie marki narodowej⁷⁴. Anholt w swoim sześciokacie kanałów komunikacji marki wymienia: turystykę, eksport, politykę zagraniczną i wewnętrzną, inwestycje i imigrację ludzi oraz kulturę i dziedzictwo. Takie rozumienie branding'u uznaje kraj za przedsiębiorstwo, które konkuruje z innymi podmiotami⁷⁵. Elementami wyróżniającymi są te, które definiują wzrost konkurencyjności oraz wpływają na poziom zamożności kraju: inwestycje zagraniczne, eksport, turystyka. Nie bez znaczenia jest również subiektywne pojmowanie zdolności gospodarczych danego kraju na świecie, a ponadto: nowoczesność, rozwój technologiczny, infrastruktura i sieć transportowa⁷⁶. Podobnie twierdzi Uche Nworah, uznając branding narodowy za proces, dzięki któremu państwo próbuje wykreować własną, unikalną, rozpoznawalną markę, przez co staje się konkurencyjne. Podstawą branding'u są filary marki narodowej danego kraju: tożsamość narodowa, wizerunek kraju oraz marka produktów flagowych⁷⁷. Potrzeba postrzegania kraju jako marki, o którą należy dbać i która potrzebuje

⁷¹ M. Ryniejska-Kiełdanowicz, *Public relations Polski w okresie kandydowania do Unii Europejskiej*, Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego 2007, s. 46–48.

⁷² A. Buhmann, D. Ingenhoff, *The 4D Model of the Country Image: An Integrative Approach from the Perspective of Communication Management*, „The International Communication Gazette” 2015, Vol. 77 (1), s. 102.

⁷³ M. Hereźniak, *Marka narodowa. Jak skutecznie budować wizerunek i reputację kraju*, Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne 2011, s. 15.

⁷⁴ S. Anholt, *Sprawiedliwość marek. Jak branding miejsc i produktów może uczynić kraj bogatym, dumnym i pewnym siebie*, tłum. M. Hereźniak, M.A. Boruc, Warszawa: Instytut Marki Polskiej 2006.

⁷⁵ M. Hereźniak, op. cit., s. 15.

⁷⁶ P. Ostaszewski, *Międzynarodowe stosunki polityczne*, Warszawa: Książka i Wiedza 2008, s. 199.

⁷⁷ U. Nworah, *Nigeria as a Brand*, www.brandchannel.com/papers/jeview.asp?sp_id=604 [dostęp: 26.07.2018].

efektywnego promowania, tak aby była właściwie postrzegana w relacjach międzynarodowych, jest wynikiem rosnącej globalizacji i zwiększającej się konkurencji wśród konsumentów, turystów, inwestorów⁷⁸. Z tego względu w dzisiejszym świecie żadne państwo nie może sobie pozwolić na zupełne zignorowanie tego, jak jest powszechnie postrzegane, gdyż może to mieć poważne konsekwencje na wielu płaszczyznach jego funkcjonowania⁷⁹.

Twórca pojęcia *soft power* – J.S. Nye twierdzi, że dla danego państwa ważna jest przede wszystkim „polityka przyciągania innych”⁸⁰. Tworzy się ją nie tylko poprzez posiadanie dobrego produktu, ale również przez kampanie promocyjne. Podobnie uważa Beata Ociepka, twierdząc, że tworzenie zintegrowanego przekazu z wytyczonym celem, a także korzystanie z reklamy i budowanie wizerunku za granicą, stanowią podstawę działań skutecznego brandingu⁸¹. Robert Łoś w ślad za Josephem Nyeem podkreśla zależność wynikającą z natężenia realizacji polityki *soft power* w stosunkach międzynarodowych i zarazem obniżenia zdolności państwa do miękkiego oddziaływania. Taka sytuacja zachodzi wtedy, kiedy zaangażowanie w budowę wizerunku przejawia państwo dążące do dominacji. Zwiększanie potęgi przez kraj dominujący raczej oddziałuje na obniżenie pozytywnego odbioru jego wizerunku w warstwie afektywnej i podważa *soft power*⁸².

Protesty społeczno-polityczne mają wpływ na postrzeganie wizerunku państwa i jego społeczeństwa w stosunkach międzynarodowych. W przypadku państw demokratycznych demonstrowanie niezadowolenia stanowi naturalny element wyrażania woli przez grupy społeczne czy polityczne. Jak pisze Robert Łoś:

W określeniu wpływu roli państwa na budowę *soft power* istotne jest rozstrzygnięcie, który z dwóch zasadniczych typów organizacji społeczeństwa – demokracja czy autorytaryzm – wpływa na lepsze wykorzystanie potęgi państwa. Opinie są w tej sprawie podzielone. [...] Reżimy totalitarne zawsze mają kłopoty z prawomocnością. Jeżeli dochodzi do kryzysu gospodarczego to

⁷⁸ J. O'Shaughnessy, N. O'Shaughnessy, *Treating the Nation as a Brand: Some Neglected Issues*, „Journal of Macromarketing” 2000, Vol. 1, s. 56–64.

⁷⁹ A. d'Astous, L. Boujbel, *Positioning Countries on Personality Dimensions: Scale Development and Implications for Country Marketing*, „Journal of Business Research” 2007, Vol. 3, s. 231–239.

⁸⁰ J.S. Nye, *Jak osiągnąć sukces w polityce światowej*, Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne 2007, s. 34.

⁸¹ B. Ociepka, *Nowa dyplomacja publiczna – perspektywa teorii stosunków międzynarodowych i komunikowania politycznego*, „Przegląd Strategiczny” 2012, nr 1, s. 134.

⁸² R. Łoś, *Soft power we współczesnych stosunkach międzynarodowych*, Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego 2017, s. 110–111.

rządzący mają ograniczone możliwości legitymizacji swojej władzy. Demokracje są pod tym względem stabilizowane przez sam ustrój polityczny. [...] Pewne utrudnienia w wykorzystaniu swojej miękkiej siły mogą napotykać kraje autorytarne, które z uwagi na ograniczenia systemowe nie są w stanie wykorzystać możliwości kształtowania swojego zachowania poprzez używanie zasobów *soft power*. Mogą jednak wykorzystać możliwości kształtowania swojego zachowania poprzez używanie zasobów *soft power* w sposób scentralizowany. Wówczas dążą do pomijania opinii publicznej własnego kraju, ale muszą się jednak liczyć z otoczeniem międzynarodowym. W państwach demokratycznych lider odpowiada przed opinią publiczną w kraju, przed elitami, partiami, parlamentem i ma określone pole manewru. Związany jest z cyklem wyborczym, co może ograniczać skłonność do angażowania się w projekty strategiczne, których efekty są trudne do oceniania w krótkim okresie czasu⁸³.

Jak dalej podkreśla Robert Łoś, nie tylko instytucje publiczne i państwowe generują i wspierają *soft power*, istotne znaczenie w kształtowaniu miękkiej siły państwa przypisuje się także takim czynnikom, jak: „spójność społeczna, wysoka jakość życia społeczeństwa, styl życia, równowaga krajowych instytucji politycznych, sprawiedliwość społeczna, jakość oświaty, psychologiczna i fizyczna kondycja ludzi, techniczny awans, przekonanie o wyższości wspólnoty, trwałość rozwoju społeczno-gospodarczego”⁸⁴. *Soft power* może więc ulegać ograniczaniu podczas kryzysów i przesileń, do jakich można zaliczyć masowe protesty społeczno-polityczne.

Reżimy autorytarne i totalitarne, w których zaangażowanie części społeczeństwa w trwające protesty stanowi wyrażenie opozycyjnych poglądów, zarazem zwykle negatywnie oddziałuje na wizerunek państwa (i sprawujących w nim władzę liderów politycznych). Nieco inaczej sytuacja wygląda w przypadku, kiedy autorytaryzm reżimu przejawia charakter dominujący w stosunkach międzynarodowych. Wówczas protesty, odbywające się w państwie pozostającym w obszarze dominacji, oddziałują nie tylko na wizerunek państwa zdominowanego, ale także dominującego. Opisane szerzej dwa przypadki protestów społeczno-politycznych, które miały miejsce na Ukrainie oraz Tajwanie, stanowią egemplifikację oddziaływania o charakterze ekonomicznym, choć sprowadzającego się do rozszerzania wpływów politycznych państwa dominującego (odpowiednio: Rosji i Chin) na kraje trzecie. Za pomocą kształtowania uwarunkowań w handlu międzynarodowym wywierano presję na pożądane zachowania polityczne. W konsekwencji protestujący identyfikują i odnoszą się w działaniach komunikacyjnych do państw dominujących jako podmiotów zaangażo-

⁸³ Ibidem, s. 115–116.

⁸⁴ Ibidem, s. 118.

wanych w protest. Potwierdzają to przykłady zaprezentowanych wcześniej działań komunikacyjnych (przykładowe memy) zarówno na Ukrainie, jak i na Tajwanie, podczas których manifestujący odnosili się do wizerunków i skojarzeń powiązanych z państwami dominującymi, pośrednio zaangażowanymi w protesty.

3.7. Wykorzystanie ICT podczas protestów a *soft power* państwa

Podmioty medialne uznaje się za symboliczne elity niezbędne do udziału w transmisji wizerunku podczas protestów⁸⁵: nie tylko dokonują selekcji elementów kształtujących wizerunek, ale przede wszystkim komunikują je gronom odbiorców. Sprawują również doraźną władzę nad toczącym się dyskursem⁸⁶. Robert Łoś twierdzi, iż istnieją dwa typy przepływu informacji. Jeden polega na przepływie pierwotnym, który ma charakter celowy i związany jest z działaniami rządu, podmiotów rynku, organizacji międzynarodowych czy instytucji religijnych i wytwórców informacji. Taki transfer informacji przybiera postać komunikatów informacyjnych i perswazyjnych, działań *public relations*, kampanii reklamowych i informacyjnych, a także importu i eksportu produktów kultury, za pomocą których jest wywierany wpływ na odbiorców. Celem, jaki ma zostać osiągnięty, jest poparcie polityczne, zainteresowanie opinii publicznej określonymi sprawami oraz zysk ekonomiczny. Przepływ informacji o charakterze wtórnym jest efektem ubocznym oddziaływania pierwotnego i obejmuje przekaz treści pomiędzy samymi obywatelami, a także pomiędzy podmiotami aktywnymi w sferze prywatnej. Obejmuje kontakty międzyludzkie i międzykulturowe, które polegają na wymianie doświadczeń, zwyczajów i interakcjach o charakterze spontanicznym⁸⁷.

Zarówno w pierwotnym, jak i we wtórnym obiegu informacji wykorzystywane są narzędzia zaliczane do nowych technologii informacyjno-komunikacyjnych. Vladimir Radunovic podkreśla, że gwałtowny rozwój technologii informacyjnych i komunikacyjnych spowodował znaczące zmiany w stosunkach społecznych, gospodarczych i politycznych współ-

⁸⁵ S.N. Eisenstadt, B. Giesen, *The Construction of Collective Identity*, „European Journal of Sociology” 1995, Vol. 36.

⁸⁶ M. Krzyżanowski, *Konstrukcja tożsamości narodowych i europejskich w polskim dyskursie politycznym po roku 1989: analiza dyskursywno-historyczna*, [w:] *Krytyczna analiza dyskursu. Interdyscyplinarne podejście do komunikacji społecznej*, red. F. Fairclough, A. Duszak, Kraków: TAIWPN Universitas 2008, s. 272–273.

⁸⁷ R. Łoś, op. cit., s. 121.

czesnego społeczeństwa. Zarówno dostęp do informacji, jak i kontrola nad ich przepływem przyczynia się do rozpowszechnienia *soft power* w polityce epoki cyfrowej i wzmacnia pozycję podmiotów niepaństwowych w stosunkach międzynarodowych. Radunovic wskazuje, że zaplanowane i dobrze zorganizowane wykorzystanie technologii informacyjno-komunikacyjnych może mieć znaczenie w przypadku konieczności radzenia sobie z pojawiającymi się wyzwaniami⁸⁸. Robert Łoś, powołując się na rozważania Radunovica, proponuje typologię narzędzi ICT ze względu na ich wykorzystanie:

- 1) bezpośrednia komunikacja (poczta elektroniczna, videokonferencje);
- 2) dostęp do informacji (internet, GPS, GIS);
- 3) rozpowszechnianie informacji (strony internetowe, blogi, portale społecznościowe – Facebook, Twitter i YouTube), wirtualna współpraca (internet, videokonferencje, oprogramowania umożliwiające automatyczne tłumaczenia, dostęp do baz danych), mobilność i szybkość reakcji (laptopy, palmtopy, smartfony, tablety i bezprzewodowy internet)⁸⁹.

Nowe technologie informacyjno-komunikacyjne zmieniły nie tyle siłę informacji, ile wpłynęły na zmniejszenie kosztów tworzenia i dystrybucji przekazu, tym samym determinując zmiany w doborze narzędzi oddziałujących na *soft power* państwa (zwiększenie zaangażowania instytucji publicznych odpowiedzialnych za kształtowanie wizerunku i kreację siły przyciągania państwa nowymi sieciowymi kanałami komunikowania). W przypadku protestów społeczno-politycznych ICT, wykorzystywane przez organizatorów protestów i aktywistów, pozwalają na rozszerzanie zasięgu informacji, pozyskiwanie nowych zwolenników, kształtowanie płaszczyzny wolnego dyskursu poza kontrolą, a w efekcie takich działań kształtowanie alternatywnego wizerunku państwa i jego liderów, który staje się udziałem dominującej retoryki przeciwników. Stąd w ślad za rozważaniami Aleksandry Kuszykiewicz należy przyjąć, że rola ICT oraz znaczenie mediów społecznościowych będzie coraz intensywniej oddziaływało na kształt i formę współcześnie prowadzonych stosunków międzynarodowych⁹⁰.

⁸⁸ V. Radunovic, *The Role of Information and Communication Technologies in Diplomacy and Diplomatic Service* [dissertation for the degree of Master in Contemporary Diplomacy], University of Malta, Faculty of Arts, 30.05.2005, https://www.diplomacy.edu/system/files/dissertations/30112010141720_Radunovic_%28Library%29.pdf [dostęp: 23.07.2018].

⁸⁹ R. Łoś, op. cit., s. 122.

⁹⁰ A. Kuszykiewicz, *Dyplomacja cyfrowa w dobie mediów społecznościowych*, [w:] *Dyplomacja publiczna wobec wyzwań współczesnego świata*, red. M. Miedzińska, A. Kuszykiewicz, Warszawa: Oficyna Wydawnicza Aspra-JR 2017.

3.8. Framing postulatów protestujących, jako element zakłócający komunikowanie strategiczne państwa

Koncentrując się na formowaniu treści przekazu kreowanego podczas protestów, należy zwrócić uwagę na model ramkowania jako determinujący mechanizm odczytu treści. *Framing* (ramkowanie) to model, w którym przyjmuje się, że dekodowanie przekazu przez jednostkę następuje z wykorzystaniem posiadanej przez nią wiedzy, kompetencji kulturowych i przy uwzględnieniu stereotypów i uprzedzeń, jakie kierują jej postawami i zachowaniami. Posługiwanie się pojęciem ramy następuje, aby zwrócić uwagę na sposób, w jaki nadawany jest sens sytuacjom społecznym poprzez określone schematy interpretacji, których jednostki często nie są świadome. Framing sugeruje, że ponieważ nie można w pełni zrozumieć złożoności świata, należy polegać na tych „podstawowych ramach”, aby zredukować informacje i pomóc sobie je zinterpretować. Ramy stanowią podstawę wszelkiej wiedzy i wywołują reakcje emocjonalne.

Traktowanie framingu jako sposobu oddziaływania na komunikowanie strategiczne państwa podczas protestów społeczno-politycznych pozwala przyjąć, że dekodowanie treści przekazywanych podczas wydarzeń wpływa na kreowanie wizerunku państwa oraz jego władz. Protest stanowi bowiem egzemplifikację wartości istotnych dla manifestujących grup społecznych, przy jednoczesnym definiowaniu państwa i jego rządzących jako podmiotów niepodzielających tych samych idei, a często używających siły wobec protestujących. Pojęciem „komunikowanie strategiczne” określa się „skoncentrowane procesy i wysiłki podejmowane w celu zrozumienia oraz zaangażowania kluczowych audytoriów (odbiorców) dla stworzenia, wzmocnienia lub utrwalenia warunków korzystnych do realizacji narodowych interesów i celów przez zastosowanie skoordynowanych informacji, tematów, planów, programów oraz działań zsynchronizowanych z przedsięwzięciami realizowanymi przez pozostałe elementy władz państwowych”⁹¹. Marek Jachimowski uznaje, że komunikacja strategiczna jest jednym z podstawowych instrumentów współczesnych działań politycznych. Jest też ważnym instrumentem, który nie tylko wzmacnia bezpieczeństwo państwa, ale w globalnym świecie kształtuje tożsamość społeczeństw. Jak podkreśla Jachimowski, komunikacja strategiczna sytuuje kraj w roli podmiotu zdolnego do kontrolowania własnej przestrzeni medialnej

⁹¹ T. Kacała, J. Lipińska. *Komunikacja strategiczna i Public Affairs*, Warszawa: Wojskowe Centrum Edukacji Obywatelskiej 2017, s. 25.

oraz komunikacyjnie umiejętnie oddziałujący na zewnątrz⁹². Komunikacja strategiczna staje się zatem coraz istotniejszym instrumentem określającym globalną podmiotowość komunikacyjną państwa. Państwo, będąc zdolnym do wprowadzania tematów w przestrzeń zglobalizowanej debaty publicznej, jak również nadając im w procesie framingu odpowiednią interpretację, nabywa zdolności do kreacji wizerunku, będąc postrzeganym przez pryzmat wynikający z interpretacji określonych wartości. Z drugiej strony społeczeństwo obywatelskie i jego podmioty formalne oraz te działające nieformalnie i aktywizujące się okresowo dla realizacji określonych celów stają się coraz istotniejszym podmiotem wpływającym na budowanie wizerunku państwa. Dzieje się tak za sprawą wzmacniania przez nie komunikowania strategicznego własną spójną narracją albo też odwrotnie: wykorzystując narrację kontestującą przekaz jako niespójny z realizowaną faktycznie polityką wewnętrzną. Kanalizując uwagę publiczności na konkretnych problemach i manifestując potrzeby związane z deficytem demokracji, praw człowieka oraz wartości wynikających z wolności i niepodległości w realizacji polityki wewnętrznej, podmioty społeczeństwa obywatelskiego oddziałują za pomocą sieciowej komunikacji globalnej na wizerunek państwa. Marek Jachimowski, wymieniając możliwości oddziaływania komunikacji strategicznej, zaznacza jej charakter interaktywny. Formy działania wg Jachimowskiego to:

- ocena sytuacji w mediach krajowych i zewnętrznych oraz przepływ informacji,
- analiza prowadząca do zrozumienia tożsamości, zachowania kultury różnych grup i środowisk z perspektywy interesów strategicznych państwa,
- ocena sieci społecznych i ich wpływy polityczne, społeczne, gospodarcze, religijne i motywy ich działania,
- metody określania najlepszych sposobów komunikowania strategii i polityki środowiskom decydenckim krajowym i zagranicznym na różnych szczeblach oraz opinii publicznej,
- wywoływanie dyskusji w mediach i poza mediami propagujących ideę dialogu wspierającego wspólne wartości i interesy z perspektywy społeczeństw i państw,
- oddziaływanie rządu i społeczeństwa obywatelskiego na postawy i zachowania różnych środowisk zgodne z interesem wspólnym,
- pomiary wpływu komunikacji strategicznej⁹³.

⁹² M. Jachimowski, *Komunikacja strategiczna a dziennikarstwo*, „Rocznik Prasoznawczy”, R. X, <http://yadda.icm.edu.pl/yadda/element/bwmeta1.element.de-sklight-0045abc9-3ece-40bd-94e8-147752492ca2/c/01.jachimowski.pdf> [dostęp: 6.09.2018].

⁹³ Ibidem.

Działania obejmujące proces komunikacji strategicznej winny prowadzić do zrozumienia postrzegania państwa i działań podejmowanych przez jego instytucje, również postaw obywateli, uwzględniając perspektywę ich kulturowych i społecznych uwarunkowań oraz podzielanych tożsamości. Sukces komunikacji strategicznej jest uzależniony od dobrych relacji rządzących ze społeczeństwem obywatelskim i jego strukturami, przy założeniu wykorzystania tych form dialogu społecznego, które są zgodne z normami przyjętymi w danym kraju.

Współczesne ruchy społeczne, odpowiedzialne za kreację protestów, traktują media społecznościowe jako podstawowy kanał przekazu treści mających na celu wywieranie wpływu społecznego. W realizacji protestów procesy komunikowania, oddziałujące strategicznie na postrzeganie wizerunku państwa, są zatem związane z krótkoterminowym strumieniem przekazów skanalizowanych w mediach społecznościowych, które wynikają ze zorganizowanych wydarzeń. Wydarzenia przybierają charakter globalny, za sprawą ich sieciowych odpowiedników (organizacji wydarzeń – eventów sieciowych), w tym także tworzenia dedykowanych stron internetowych. W takiej sytuacji komunikacja strategiczna państwa zostaje poddana konfrontacji z wartościami, jakie podnoszą protestujący, wskazując na deficyty w przestrzeganiu wartości demokratycznych, praw człowieka lub podejmowaniu decyzji, które nie zyskują społecznej aprobaty i jako takie napotykać na zorganizowany opór w ramach nieposłuszeństwa obywatelskiego. Narracja, która staje się wyznacznikiem działań podejmowanych przez aktywistów i liderów odpowiedzialnych za realizację protestów, wyznacza ramy interpretacji wydarzeń, wpływając jednocześnie na możliwość manipulacji i zniekształcania rzeczywistości. Denis McQuail uważa, że media społecznościowe ułatwiają stronniczość propagandową (w powiązaniu z plemiennością postaw i zachowań sieciowych). Następuje to poprzez dobór słownictwa nacechowanego emocjonalnie oraz w wyniku tworzenia wiadomości zawierających komentarze niewyrażone wprost. Pozornie obiektywne przedstawienie sprawy wywołuje określone nacechowanie emocjonalne z powodu użytych słów, w kontekście interpretacji przekazu; użycia słów wartościujących, wywołujących uprzedzenia i stereotypy; dobór zamieszczanych treści, a zarazem celowe pomijanie innych⁹⁴.

Protesty społeczno-polityczne, które coraz częściej kształtują życie polityczne i społeczne, dla skuteczności wykorzystują media alternatywne,

⁹⁴ D. McQuail, *Media Performance: Mass Communication and the Public Interest*, London: Sage 1992, s. 134.

kanalizujące emocje ludzi i wyrażające sprzeciw i oburzenie. A jak twierdzi Castells, emocje same w sobie już stanowią kanał przekazu informacji⁹⁵. Przekazy i apele formułowane podczas protestów wpływają na kreację wizerunku obu stron. Za pomocą ramkowania informacje podlegają kategoryzacji, a następnie są dekodowane przez jednostkę, zgodnie z jej wiedzą i wzorami kulturowymi używanymi w procesie analizowania nowych faktów (stąd istotne pozostaje wykorzystanie w komunikacji obrazów, podczas protestów zwykle w postaci memów odwołujących się do popkultury i innych zjawisk oraz wzorów kulturowych kojarzonych przez dominującą grupę demonstrujących i ich zwolenników). Afektywny przekaz skumulowany w obrazie charakteryzuje potencjał przyciągania innych. Framing, postrzegany w perspektywie zjawiska społecznego w procesach komunikowania, jest działaniem świadomym i celowym. Wykorzystując ramy interpretacyjne, odwołuje się do stereotypów i jednocześnie je wzmacnia (w omawianych w monografii dwóch przypadkach wydarzeń określanych terminem „rewolucji” na Tajwanie i na Ukrainie należy zwrócić uwagę na przekazy, jakie kontrastowały w wymowie: demokratyczny Tajwan i autorytarne Chiny jako podmiot dominujący; w przypadku Ukrainy uwagę zwracano na deficyty demokracji i dążenie do modernizacji kraju)⁹⁶. Nadto framing wykorzystuje zabiegi perswazyjne i dopuszcza manipulację opinią publiczną⁹⁷. Komunikacja sieciowa podczas protestów służy kreowaniu wizerunku miejsca i ludzi w rozumieniu globalnym, co oddziałuje afektywnie na użytkowników sieci. Protesty odbywają się lokalnie, w symbolicznych przestrzeniach, za pomocą których manifestujący podkreślają znaczenie wartości, na których opierają swoje postulaty. Jednocześnie

⁹⁵ M. Castells, *Władza komunikacji*, op. cit., s. 159.

⁹⁶ Analizując framing treści, należy wspomnieć i o tym, że również w krajach dominujących, których polityka pośrednio stała się powodem wybuchu protestów na Tajwanie i Ukrainie, budowano własne modele komunikowania perswazyjnego i propagandowego, osobno odwołując się do wydarzeń w każdym z miejsc protestu. I tak framing treści publikowanych w Chińskiej Republice Ludowej kontestował samodzielność bytu międzynarodowego Tajwanu, podkreślając, iż ten pozostaje zbuntowaną prowincją należącą do Chin kontynentalnych, zaś w Rosji framing treści związanych z kijowskim EuroMajdanem został włączony do systemowej propagandy prowadzonej przez Kreml, która w związku z występowaniem kolejnych wydarzeń (aneksja Krymu, wojna w Donbasie) przybrała charakter wojny hybrydowej, prowadzonej w aspekcie militarnym i informacyjnym zarazem.

⁹⁷ Rajczyk definiuje perswazję jako celowe namawianie kogoś do zachowania zgodnego z intencją perswadującego, zaś manipulację określa jako świadome wprowadzanie w błąd odbiorcy treści, co ma wywołać u niego zmianę postawy; R. Rajczyk, op. cit., s. 25.

protesty z wykorzystaniem tworzonego kontentu w mediach społecznościowych podlegają upowszechnianiu, stając się działaniami wpływającymi na kształtowanie wizerunku miejsca oraz ludzi. Globalne kanały komunikowania sieciowego stają się nie tylko nośnikami treści o charakterze informacyjnym, ale pozwalają innym jednostkom na możliwość wirtualnego udziału w proteście, niezależnie od miejsca ich faktycznego pobytu. Co więcej, wyrażanie protestu z rzeczywistości wirtualnej przenosi się do tej realnej, w której społeczności zlokalizowane w innych miejscach, organizując marsze poparcia, pikety i demonstracje, wyrażają poparcie dla tych, których wcześniej wsparli w sieci. Tym samym, artykułując realne poparcie, najczęściej także w miejscach symbolicznych – np. przed ambasadą danego państwa, wpływają na postrzeganie państwa i jego władz.

Framing treści, rozumiany zgodnie z założeniami komunikowania strategicznego, polega na niedopuszczeniu do różnych interpretacji zjawisk politycznych czy społecznych. Jak pisze Alison G. Anderson, framing wiąże się z preferencją jednej prawdy przed innymi, a przy tym zaprzeczaniem lub wyciszaniem konkurencyjnych wersji rzeczywistości. Twórcy przekazów są selektywni w sposobie ujmowania problemu poprzez podkreślanie konkretnych definicji lub interpretacji. Tworzenie ram interpretacyjnych jest wynikiem wystąpienia złożonego szeregu czynników, uwarunkowanych kulturowo i zmieniających się w czasie, odzwierciedlających zmiany w relacjach między interesariuszami. Ramy są kształtowane przez twórców przekazów, w tym polityków, naukowców i organizacje pozarządowe, nie występują w próżni politycznej⁹⁸. Oznacza to, że przebieg procesu komunikowania ma charakter zawężony, niedopuszczający do uwzględnienia innych tez poza tymi, które wywołują u odbiorców określone reakcje i mobilizują ich do działania. Używanie ram jako instrumentu do zarządzania procesem komunikowania pozwala na osiągnięcie dwóch celów: pierwszy to porządkowanie wiedzy, wartości i przekonań jednostek; drugi wynika z dekodowania przekazu i interpretacji znaczeń zjawisk społecznych i politycznych, jakie ułatwiają interpretację rzeczywistości. W przypadku protestów społeczno-politycznych dyskurs sieciowy oparty jest na schemacie konfliktu, skąd wynika kategoryzacja wykorzystująca jeden z podstawowych podziałów socjologicznych na spolaryzowane wobec siebie grupy „my” i „oni”, które kulturowo lub światopoglądowo odmiennie interpretują

⁹⁸ A.G. Anderson. *Media, Environment and the Network Society*, Hampshire – New-York: Palgrave MacMillan 2014, s. 157.

fakty o charakterze społecznym lub politycznym⁹⁹. Taki odbiór jest wzmacniany dodatkowo zjawiskiem trybalizmu, porządkującym aktywność komunikacyjną użytkowników, ograniczających swoje uczestnictwo sieciowe poprzez przynależność wyłącznie do tych grup i społeczności, w których podzielane są ich poglądy. Jednostki należące do konkretnych społeczności sieciowych uzewnętrzniają swoją tożsamość, identyfikując ją w procesach komunikowania horyzontalnego. Ruchy społeczne, wyzwalające i nadające kierunek protestom, korzystają, jak twierdzi Teresa Sadaba, z mediów społecznościowych jako narzędzia, dzięki któremu mogą zaistnieć tak na scenie politycznej, jak i w szerszym odbiorze społecznym. Framing pozwala im na używanie ideologii do pozyskiwania nowych zwolenników, nadając znaczenia wydarzeniom poprzez narzucanie ram interpretacyjnych. W tym celu strategicznie używane są takie elementy, jak rozpoznawalne powszechnie symbole, historia czy dominujące wartości kulturowe¹⁰⁰. Za sprawą ramowego odczytywania przekazu przez odbiorców możliwe jest dopuszczenie interpretacji, wynikające z rozpoznania znanych symboli i odczytania ich znaczenia, co jednocześnie nadaje sensu dyskutowanym problemom. Agnieszka Pluwak rozróżnia wśród ram interpretacyjnych *domain-specific interpretative frames* i *master (global) frames*. Te pierwsze organizują indywidualne wzory zachowań i określają styl życia, zaś drugie nadają ramom odpowiednie struktury¹⁰¹. Pluwak wymienia, jako przykłady metanarracji:

1. *Liberalny indywidualizm* – który obecnie stanowi dominującą ideologię nowoczesnych państw, egzemplifikując pojęcia liberalne, jak: „*American dream, democracy, market economy, the civil rights movement, the academy*”. W liberalnym indywidualizmie jednostka jest racjonalna i myśląca oraz przysługują jej prawa.

2. *Etno-nacjonalizm* – który przyjmuje i uzasadnia istnienie pierwotnych grup społecznych (*primordial groups*).

3. *Harmonia z naturą* – która zakłada istnienie różnych kultur, przypisuje naturze jej inherentną wartość¹⁰².

⁹⁹ W przypadku analizowanych protestów na Tajwanie i Ukrainie istotnym kryterium, jaki wyznaczał interpretację rzeczywistości, był wiek.

¹⁰⁰ T. Sadaba, *Framing: Una Teoria Para Los Medios de Comunicacion*, Pamplona: Ulzama 2006, s. 127–132.

¹⁰¹ A. Pluwak, *Geneza i ewolucja pojęcia framing w naukach społecznych*, „Global Media Journal – Polish Edition” 2009, Vol. 1 (5), <http://www.globalmediajournal.collegium.edu.pl/artykuly/wiosna-2009/pluwak-geneza-i-ewolucja-pojecia-framing.pdf> [dostęp: 06.09.2018].

¹⁰² Ibidem.

Framing używany jako narzędzie tworzenia kontentu w procesie mobilizacji ruchów społecznych ma charakter wykluczający. Treści zawężają krąg odbiorców do tych, którzy podzielają poglądy, wartości lub przekonania polityczne, narzucając jednocześnie poziom ważności, interpretację celów oraz wyznaczając legitymizację działań. Zawartość przekazów formułowanych podczas protestu opiera się na wykorzystaniu potencjału wściekłości, jaka, skanalizowana sieciowo i podzielana przez innych, nadaje protestowi znaczenie oraz obrazuje jego siłę. Tworzone treści mają charakter apelu, wyrażają, ale zarazem i dają upust emocjom towarzyszącym protestom, koncentrują się na celach, jakie przyświecają wydarzeniom, co wynika z wybiórczego prezentowania faktów. Przekazy w ramkowaniu zjawiska, jakim jest protest społeczno-polityczny, są budowane na zasadzie wykorzystywania własnej interpretacji rzeczywistości, interpretacja zaś jest prezentowana odbiorcom i aktualizowana w oparciu o pojawiające się i zmieniające okoliczności oraz nowe fakty. Nowe fakty i okoliczności oraz ich odczytywanie są wynikiem oddolnej aktywności użytkowników, którzy uczestniczą w wydarzeniach, tworząc i udostępniając własny kontent (często mający charakter memów, grafik i innych przekazów nabierających charakteru viralowego). Wracając do zaprezentowanych już wcześniej memów, można z łatwością odnaleźć w nich treści pozwalające na interpretatywne ramkowanie odbioru przekazu. Poniżej zamieszczono inne przykłady, które, będąc opublikowanymi w kanałach udostępniających kontent tworzony przez aktywistów na Tajwanie, miały na celu mobilizację pozostałych jednostek podzielających idee protestu. Ich celem było także ukierunkowanie odbioru społecznego wydarzeń w skali globalnej. Wszystkie zdjęcia pochodzą ze strony internetowej przygotowanej przez aktywistów Rewolucji Słoneczników na Tajwanie, prowadzonej w języku angielskim, która była promowana jako źródło wiadomości o przebiegu wydarzeń – Democracy at 4 am (4am.tw).

Studenci protestujący w tajwańskim parlamencie – w tle flaga Tajwanu oraz portret Sun Jat Sena, postrzeganego jako twórca nowoczesnych i demokratycznych Chin. W Chinach Ludowych uznawany jest za prekursora rewolucji demokratycznej, zaś na Tajwanie za „Ojca Narodu”. Był twórcą partii i przywódcą partii Kuomintang



Źródło: <https://4am.tw/photos>.

Studenci w okupowanym budynku tajwańskiego Parlamentu relacjonują protest i kreują przekazy wysyłane za pośrednictwem mediów alternatywnych. Na uwagę zwracają napisy: wolność, wolny Tajwan, Kocham Tajwan



Źródło: <https://4am.tw/photos>.

Pokojowy protest studentów na ulicach Tajpei



Źródło: <https://4am.tw/photos>.

Pokojowy protest studentów na ulicach Tajpei



Źródło: <https://4am.tw/photos>.

Agresja policji wobec protestujących – wszystkie zdjęcia obrazujące zachowania policji wobec protestujących, jakie zamieszczono na stronie <https://4am.tw>, zostały opublikowane w wersji czarno-białej, polaryzując dla odbiorców przekaz, w którym zestawiono wymiar pokojowego protestu z agresywnymi reakcjami władz używających do rozpędzenia tłumu policji



Źródło: <https://4am.tw/photos>.

Część II.
Protesty społeczno-polityczne –
wyniki zrealizowanych badań

Rozdział 4.

Analiza przypadków: ukraiński EuroMajdan i tajwańska Rewolucja Słoneczników

4.1. Wprowadzenie do analizy przypadków: ukraiński EuroMajdan i tajwańska Rewolucja Słoneczników

Przechodząc do ustaleń badawczych, w pierwszej kolejności opisałam tło wydarzeń podczas każdej z analizowanych rewolucji, a także wskazałam jej bezpośrednie konsekwencje polityczne i społeczne, które nastąpiły po zakończeniu protestów. Te ustalenia, przygotowane w oparciu o rys historyczny, pozwoliły na dokonanie analizy porównawczej obu protestów, która posłużyła do wskazania i omówienia zmian w systemie medialnym Ukrainy (na Tajwanie takie zmiany nie zaszły). Analiza porównawcza obu przypadków umożliwiła również zidentyfikowanie znaczenia mediów społecznościowych w każdym z protestów, natomiast ustalenia wykorzystano w metodologii, opracowanej i opisaniej w kolejnym rozdziale, na podstawie której przeprowadzono badania sondażowe na Ukrainie w 2018 roku i na Tajwanie w drugiej połowie 2017 roku oraz w 2018. W ich wyniku ustalono, w jaki sposób udział lub korzystanie podczas wydarzeń z mediów społecznościowych wpłynęło na procesy partycypacji politycznej i ukształtowało w kolejnych latach postawy i zachowania młodych ludzi na Ukrainie i Tajwanie, w odniesieniu do procesów sieciowego komunikowania politycznego oraz zaangażowania w działania polityczne.

4.1.1. Tło wybuchu EuroMajdanu

Wydarzenia, jakie rozegrały się na Ukrainie w okresie pomiędzy listopadem 2013 a lutym 2014 roku rozpoczęły się jako protesty wynikające z jednolitej, proeuropejskiej narracji opartej na krytyce odmowy podpisania przez ówczesnego prezydenta Ukrainy, Wiktora Janukowycza, umowy stowarzy-

szeniowej Ukrainy z Unią Europejską¹. Podpisanie umowy stowarzyszeniowej z Unią Europejską zostało zaplanowane podczas szczytu Partnerstwa Wschodniego w Wilnie 30 marca 2012 roku – umowę parafowały Gruzja oraz Mołdawia. W sierpniu 2013 roku Rosja zmieniła politykę handlową wobec Ukrainy, co spowodowało zapaść ukraińskiego eksportu, zaś 21 listopada parlament ogłosił wstrzymanie negocjacji stowarzyszeniowych z racji spadku poziomu produkcji i wymiany handlowej z krajami Wspólnoty Niepodległych Państw. Wydarzenia, które rozpoczęły się 21 listopada 2013 roku, z upływem czasu uległy radykalizacji, wpływając na postawy demonstrantów wyrażających jednolitą, antysystemową retorykę, akcentującą wątki antykorupcyjne i konieczność zmian systemowych; domagali się także usunięcia z urzędu prezydenta Janukowycza. Ruch społeczny, który zawiązał się wokół poparcia dla proeuropejskich ambicji młodych Ukraińców, przerodził się w ogólnonarodową rewolucję – protesty rozlały się po całym kraju. 30 listopada 2013 roku rządowe jednostki specjalne (Berkut) brutalnie rozpędziły demonstrantów, co wpłynęło na dalsze umocnienie idei protestu oraz umasowienie ruchu. Plac Niepodległości (Majdan) w Kijowie przerodził się w miejsce permanentnych wieców, koncertów, przemówień. Według szacunków największa liczba demonstrantów przebywała na Majdanie 1 grudnia 2013 roku (ok. 800 tys. protestujących). W pozostałym okresie liczba manifestujących, zależnie od wydarzeń, liczyła 50–200 tys. osób. Protesty odbywały się w całym kraju, choć ich skala i podejmowane działania były odmienne, uzależnione od poziomu akceptacji lokalnej wspólnoty dla zbliżenia Ukrainy do Unii Europejskiej. Kiedy w zachodniej części Ukrainy, gdzie orientacja proeuropejska od dawna była najsilniejsza, manifestujący zajęli budynki administracji rządowej i samorządowej, w części wschodniej podejmowane protesty były ograniczone. Przesilenie nastąpiło między 18 a 20 lutego 2014 roku, kiedy uzbrojone służby specjalne rozpoczęły walki z demonstrantami, co kosztowało życie kilkunastu i zdrowie kilkuset osób. Zaostrzenie sytuacji spowodowało międzynarodowy protest, w wyniku którego prezydent Ukrainy przywrócił konstytucję z 2004 roku, zobowiązał się do doprowadzenia do wcześniejszych wyborów, a także wycofania milicji z ulic Kijowa. Nie zakończyło to walk ulicznych, więc Wiktor Janukowycz opuścił teren Ukrainy 22 lutego 2014 roku, zaś parlament Ukrainy dzień później pozbawił go urzędu.

¹ W. Konończuk, T.A. Olszański, *Co Majdan mówi o Ukrainie? Diagnoza i perspektywy ukraińskiej polityki*, „Komentarze OSW”, 17.01.2014, <https://www.osw.waw.pl/pl/publikacje/komentarze-osw/2014-01-17/co-majdan-mowi-o-ukrainie-diagnoza-i-perspektywy-ukrainskiej> [dostęp: 26.07.2018].

4.1.2. Konsekwencje protestów na Ukrainie

Od 23 lutego 2014 roku na pełniącego obowiązki prezydenta Ukrainy został wybrany Ołeksandr Turczynow. W swoich pierwszych decyzjach zdymisjonował kilku ministrów, m.in. szefa MSZ oraz ministra obrony. Ukraina znalazła się w trudnej sytuacji ekonomicznej i finansowej. Zapowiedź powrotu do negocjacji w sprawie dalszej integracji europejskiej wiązała się z deklaracją nowego otwarcia stosunków Ukrainy i Rosji, które odąd, według deklaracji ukraińskich, miały mieć charakter partnerskich. Nowe otwarcie spowodowało, że Rosja zapowiedziała podniesienie cel importowych. Ukraina uzyskała promesy wsparcia finansowego od Unii Europejskiej, jak również konkretnych jej członków, m.in. od Polski. Warunkiem otrzymania pomocy było powołanie stabilnego rządu oraz rozpoczęcie reform strukturalnych, w tym przede wszystkim podjęcie walki z korupcją. 25 lutego 2014 Rada Najwyższa Ukrainy przyjęła rezolucję o odpowiedzialności Janukowycza za śmierć ponad stu cywilów podczas wydarzeń na Majdanie. Parlament opowiedział się także za postawieniem byłego prezydenta przed Międzynarodowym Trybunałem Karnym. Zmiany zapoczątkowane na Ukrainie po zakończeniu protestów na EuroMajdanie zwiększyły nastroje separatystyczne na Krymie, doprowadzając do wybuchu protestów przeciwko nowym władzom Ukrainy – w konsekwencji doszło do naruszenia integralności terytorialnej państwa ukraińskiego i przyłączenia półwyspu krymskiego do Rosji. Zmiany doprowadziły również do wybuchu wojny w Donbasie (wspieranej nieformalnie przez Rosję), powstała tzw. „Noworosja”², czyli parapaństwo obejmujące część terytoriów Wschodniej Ukrainy (obwody: doniecki i ługański). Ale jak pisze Andrzej Stelmach, doszło zarazem do zwiększenia poziomu samoorganizacji społeczeństwa Ukrainy (co oznaczało wzrost liczby organizacji wolontariackich wspierających armię ukraińską), rozpoczęto reformy gospodarcze i podpisano w 2014 roku umowę stowarzyszeniową z Unią Europejską, którą Rada Najwyższa Ukrainy ratyfikowała we wrześniu 2014 roku³. Wciąż nieskuteczna

² Nazwa „Noworosja” pochodzi z czasów rozpadu ZSSR i odzyskania niepodległości przez Ukrainę. Oznaczała pierwotnie nasilenie nastrojów prorosyjskich na Krymie już w 1991 roku. Po Pomarańczowej Rewolucji (2004) Rosja rozpoczęła wspieranie ruchów separatystycznych mniejszości rosyjskiej na terenach Ukrainy oraz Partii Regionów Wiktora Janukowycza, traktując te działania jako instrument decentralizacji Ukrainy. Podczas EuroMajdanu (2014) powołano partię „Noworosja”; zob. <http://ukrainianpolicy.com/welcome-to-new-russia/> [dostęp: 23.07.2018].

³ A. Stelmach, *Wstęp*, [w:] *Ukraina po (Euro)majdanie. Od autorytaryzmu do proto-demokracji*, red. A. Stelmach, L. Hurska-Kowalczyk, Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek 2016, s. 8.

pozostaje walka z korupcją⁴, a oligarchowie nadal pozostają głównymi determinantami procesów decyzyjnych w państwie, co przy jednoczesnym pogorszeniu się warunków życia obywateli potwierdza spadające poparcie dla liderów i partii rządzących po wyborach w 2014 roku.

4.1.3. Tło wybuchu Rewolucji Słoneczników

Wydarzenia na ulicach Tajwanu (Republika Chińska) rozpoczęły się 18 marca 2014 roku po ogłoszeniu przez przewodniczącego parlamentu tajwańskiego (ang. *Legislative Yuan*) przyspieszenia ratyfikacji porozumienia handlowego z Chińską Republiką Ludową. Protestujący (głównie młodzi ludzie, studenci tajwańskich uniwersytetów) przedostali się do parlamentu i tam zabarykadowali. Policja dwukrotnie próbowała wdrzeć się do budynku – bezskutecznie. Protesty oficjalnie zakończono 10 kwietnia 2014 roku, po ugięciu się władz Tajwanu wobec żądań protestujących i złożeniu przez rząd obietnicy poddania porozumień ponownemu przeglądowi. Podpisanie traktatów handlowych pomiędzy Republiką Chińską i Chińską Republiką Ludową stanowiłoby istotny krok do dalszego uzależnienia gospodarczego Tajwanu, określanego również jako jedwabna, gospodarcza dominacja Chin Ludowych nad Tajwanem. Partia rządząca wówczas na Tajwanie (Kuomintang), realizując politykę przybliżenia Tajwanu i Chin Ludowych w wymiarze gospodarczym i handlowym, faktycznie podtrzymywała *status quo* w relacjach pomiędzy oboma państwami. Działania realizowane przez tajwańską partię narodową (Kuomintang) okazały się jednak nieadekwatne wobec ambicji Tajwańczyków, dążących do pełnego uznania ich państwa w strukturach międzynarodowych, co jest efektem rosnącego od lat 70. XX wieku poczucia odrębnej tajwańskiej tożsamości. W połowie lat 90. tożsamość ta stała się bardziej ukierunkowana nacjonalistycznie, podkreślano dumę narodową z osiągnięć gospodarczych i rozwoju cywilizacyjnego. O ile w latach 70. Tajwan słynął z produkcji tanich i nie najlepszych jakościowo rzeczy, co nie było dla Tajwańczyków powodem do dumy, o tyle gwałtowna zmiana, która dokonała się począwszy od lat 90., ułożyła Republikę Chińską wśród krajów innowacyjnych, tworzących własne globalne marki dominujące wśród nowych technologii: Asus, Acer (czwarty producent komputerów osobistych na świecie),

⁴ Ukraina w 2017 roku znalazła się na 130. pozycji wskaźnika korupcji – na 180 państw; Corruption Perception Index: <https://www.transparency.org/country/UKR> [dostęp: 20.10.2018].

Benq, HTC czy Giant – największy światowy producent rowerów, także elektrycznych. Tajwańczycy coraz silniej wyrażali swoje zadowolenie z niezależności handlowej i politycznej od Chin kontynentalnych. W badaniach poczucia tożsamości, które przeprowadzono w ostatnich latach na Tajwanie, tylko ok. 9% ankietowanych popiera zjednoczenie Tajwanu z Chinami. Od 1992 roku wzrosła natomiast grupa osób, które deklarują tożsamość tajwańską – z 17% do ponad 60% (wśród młodych ludzi ten poziom przekracza 90%). Tożsamość zarówno tajwańską, jak i chińską deklaruje około 30% badanych, a jako Chińczycy wskazuje siebie niespełna 5% badanych. W sondażach na pytanie, jak respondent określiłby siebie – jako Tajwańczyka czy jako Chińczyka – 89,5% badanych wybrało pierwszą opcję⁵. W tym kontekście podpisanie traktatów handlowych, jakie uzależniały Tajwan od Chin kontynentalnych, uznawano za wydarzenie symboliczne, które w istotny sposób wpłynęło na opinię publiczną, wywołując wybuch „Rewolucji Słoneczników”.

4.1.4. Konsekwencje protestów na Tajwanie

W przypadku Tajwanu konsekwencje protestów miały charakter głównie polityczny. Partia narodowa Kuomintang przegrała wybory samorządowe w grudniu 2014 roku oraz wybory parlamentarne i prezydenckie z 2016 roku. Wybuch protestów nie miał wpływu na zmianę kalendarza wyborczego, co dowodzi trwałości systemu politycznego i respektowania kultury politycznej w państwie. W wyborach w 2016 roku do władzy doszła koalicja złożona z główniejszej partii opozycyjnej – Demokratycznej Partii Postępu oraz nowego ugrupowania: New Power Party, które powstało w wyniku Rewolucji Słoneczników. Liderka Demokratycznej Partii Postępu, Tsai Ing-wen, wygrała wybory prezydenckie, obejmując urząd na kolejne cztery lata. Zmiana władzy na Tajwanie doprowadziła do pogorszenia relacji na linii Tajpej–Pekin, wywołując zaostrzenie polityki Chin Ludowych, uznających Tajwan za zbuntowaną prowincję należącą do Chińskiej Republiki Ludowej, która wyznaje zasadę jednych Chin (*One China*). Zaostrzenie międzynarodowych stosunków pomiędzy oboma krajami pociągnęło za sobą limitowanie udziału i aktywności Tajwanu na gruncie międzynarodowych organizacji politycznych i społecznych, a także rezygnacje kolejnych krajów, które dotąd uzna-

⁵ Więcej na temat tożsamości tajwańskiej w artykule: G. Piechota, *Promoting The Image Of a Country In The International Arena. Case Study: Taiwan*, „Global Journal of Advanced Research (GJAR)” 2015, Vol. 2 (10), s. 1634–1644.

wały Tajwan za pełnoprawny podmiot stosunków międzynarodowych i utrzymywały z nim relacje dyplomatyczne. W 2015 roku takich krajów było dwadzieścia trzy, obecnie jest ich szesnaście. Można zatem uznać, że wybuch Rewolucji Słoneczników doprowadził do alternacji władzy przy zachowaniu kadencyjnego terminarza, ale jednocześnie poprzez wynik wyborów pośrednio ukształtował relacje bilateralne pomiędzy Republiką Chińską a Chińską Republiką Ludową, zaś na arenie międzynarodowej wpłynął na międzynarodowy status Tajwanu, limitując jego relacje dyplomatyczne i pogłębiając międzynarodową izolację polityczną. Tajwan pod rządami Kuomintangu realizował politykę dyplomatyczną, uwzględniającą napięte relacje pomiędzy Republiką Chińską i Chińską Republiką Ludową, w przestrzeni publicznej relatywnie rzadko pojawiały się więc hasła odwołujące się do niezależności Tajwanu. Jak twierdzi Hidenori Ijiri, Tajwan prowadził „pragmatyczną dyplomację” (*Pragmatic Diplomacy*), polegającą na zaznaczaniu swojej międzynarodowej pozycji – najpierw prezentując światu jak przejść z systemu autorytarnego, nastawionego na rozwój, do demokracji przedstawicielskiej, głównie za sprawą silnego udziału w globalnym rynku, w tym szczególnie w rynkach gospodarczych Azji Środkowo-Wschodniej, krajów byłego Związku Radzieckiego oraz republik bałtyckich⁶. Pragmatyzm tajwańskiej dyplomacji zauważył także Michael Yahuda, określając ją, jako *Flexible Diplomacy*. Tajwan koncentruje się przede wszystkim na rozwoju stosunków w Cieśninie Tajwańskiej, rozszerzaniu obecności na arenie międzynarodowej, regionalnej integracji gospodarczej oraz prowadzeniu dyplomacji ekonomicznej⁷. Obecna prezydent Tajwanu, Tsai Ing-wen, w mowie inauguracyjnej kadencję zapowiedziała realizację *Steadfast Diplomacy*⁸, zgodnie z którą relacje Tajwanu w przestrzeni międzynarodowej prowadzone są zgodnie z zasadami wzajemnych partnerskich relacji, prowadzących do zwiększania widoczności Tajwanu jako podmiotu niezależnego od Chińskiej Republiki Ludowej⁹. Można przyjąć, że stanowczość Tajwanu w realizacji

⁶ H. Ijiri, *Taiwan's 'pragmatic diplomacy' and its Implications for the Chinese Mainland, Japan, and the World*, [w:] *Taiwan's Expanding Role in the International Arena*, red. H. Maysing, M.E. Yang, New York: Shape Inc. 1997.

⁷ M. Yahuda, *The International Standing of the Republic of China on Taiwan*, [w:] *Contemporary Taiwan*, red. D. Shambaugh, Oxford: Oxford University Press 1998, s. 285–289.

⁸ Termin ten można przetłumaczyć jako „niezłomna dyplomacja”, co najlepiej oddaje ideę przyświecającą obecnej polityce Tajwanu na arenie międzynarodowej. Przykładem rozumienia tej formy dyplomacji jest artykuł dostępny pod adresem: <http://focustaiwan.tw/news/aip/201608200004.aspx> [dostęp: 8.09.2018].

⁹ <http://www.taiwantoday.tw/news.php?unit=2&post=104450> [dostęp: 23.08.2018].

przyjętej polityki stanowi przyczynek do zwiększenia izolacji Republiki Chińskiej w politycznej przestrzeni międzynarodowej. Jednocześnie, jak wskazują sondaże opinii publicznej na Tajwanie, od 2017 roku spada poparcie dla rządzącej Demokratycznej Partii Postępu oraz prezydent Tsai Ing-wen (ta tendencja jest widoczna także w badaniach sondażowych, których wyniki zawarto w kolejnym rozdziale), co potwierdza rozczarowanie Tajwańczyków kierunkiem, w jakim zmierza ich kraj pod rządami partii politycznej wybranej w 2016 roku. Dekompozycja międzynarodowej sytuacji Tajwanu w połączeniu z ambicjami Tajwańczyków i przejawianą przez nich tożsamością narodową stanowi kryterium rewizji poglądów związanych z Rewolucją Słoneczników, która z perspektywy czasu jest oceniana niejednoznacznie.

4.1.5. Analiza porównawcza wydarzeń na Ukrainie i Tajwanie

Tabela 8. Podobieństwa pomiędzy EuroMajdanem i Rewolucją Słoneczników

Identyfikacja podobieństw w protestach polityczno-społecznych	Rewolucja Godności / EuroMajdan (<i>Revolution of Dignity</i>)	Rewolucja Słoneczników (<i>Sunflower Movement</i>)
Protest stanowił efekt niezgody wobec próby wpływania państwa trzeciego na politykę kraju – miejsca organizacji protestów.	Wpływ Rosji – odmowa podpisania przez ówczesnego prezydenta Ukrainy Wiktora Janukowycza umowy stowarzyszeniowej Ukrainy z Unią Europejską.	Wpływ Chin – ratyfikacja przez Parlament porozumienia handlowego z Chińską Republiką Ludową wywołała protesty przeciwko tzw. jedwabnej gospodarcej dominacji Chin na Tajwanie.
Protest miał charakter obywatelski, był efektem aktywności społeczeństwa obywatelskiego (na Ukrainie w pierwszej fazie protestów, na Tajwanie – podczas pełnego przebiegu wydarzeń).	Ukraińskie opozycyjne partie polityczne nie miały wpływu na wybuch i przebieg protestu w jego początkowych etapach. Po rozpoczęciu protestu partie opozycyjne zdominowały jego przebieg i sformułowały żądania antysystemowe.	Tajwańskie partie polityczne nie brały udziału i nie były zaangażowane w trwające protesty, które miały charakter otwarty i apolityczny.
Protest angażował głównie młodych obywateli.	Uczestnikami protestów byli ludzie młodzi (studenci i uczniowie) oraz specjaliści z wyższym wykształceniem.	Uczestnikami protestów byli studenci tajwańskich uniwersytetów oraz specjaliści z wyższym wykształceniem.

Identyfikacja podobieństw w protestach polityczno-społecznych	Rewolucja Godności / EuroMajdan (<i>Revolution of Dignity</i>)	Rewolucja Słoneczników (<i>Sunflower Movement</i>)
Protest doprowadził do ukształtowania się nowych sił politycznych.	Powstaje partia Ogólnoukraińskie Zjednoczenie Majdan oraz następuje wzrost znaczenia partii nacjonalistycznych.	Powstaje partia New Power Party, promująca prawa człowieka, polityczną niezależność i ideę niepodległości Tajwanu (po wyborach w 2016 roku w koalicji z rządzącą Demokratyczną Partią Postępu).
Skutkiem protestów była alternacja władzy.	W wyniku wyborów, które odbyły się w październiku 2014 roku, zwyciężyły partie opozycyjne; partia Svoboda, której liderem był były prezydent Wiktor Janukowych, uzyskała poparcie na poziomie 6,3%. Zwyciężyła partia Blok Petra Poroszenki (prezidenta Ukrainy) – 23%. Do parlamentu weszła także Radykalna Partia Oleha Lyashko, powstała po EuroMajdanie, uznawana za antysystemową – zdobyła 6,4% głosów.	Partia narodowa Kuomintang przegrała wybory samorządowe w 2014 roku, oraz wybory parlamentarne i prezydenckie w 2016 roku. Do parlamentu weszła nowa partia New Power Party, powstała po wydarzeniach Rewolucji Słoneczników, uznawana za antysystemową; wraz z DPP tworzy koalicję rządzącą Tajwanem do 2020 roku.
Protest miał charakter społeczno-polityczny.	Protest rozpoczął się jako protest obywatelski, stanowiąc wyraz aktywności społeczeństwa obywatelskiego; w miarę rozwoju wydarzeń stawał się protestem politycznym na skutek rozbudzenia świadomości narodowej i politycznej uczestników.	Protest rozpoczął się jako protest obywatelski i społeczny, stanowiąc wyraz obywatelskiej niezgody na polityczne działania podejmowane przez parlament Tajwanu. Dzięki procesom komunikowania podejmowanym przez protestujących – głównie w mediach społecznościowych – utrwalono odrębną tożsamość polityczną Tajwańczyków oraz ich niezgodę na podejmowanie działań dążących do integracji politycznej Chin Ludowych i Tajwanu.

Źródło: opracowanie własne na podstawie: <https://stopnacjonalizmowi.wordpress.com/2014/10/28/ukraina-wybory-parlamentarne-a-skrajna-prawica>; <http://www.eastbook.eu/2014/10/23/maszeruj-albo-gin/>; W. Konończuk, T.A. Olszański, *Co Majdan mówi o Ukrainie? Diagnoza i perspektywy ukraińskiej polityki*, „Komentarze OSW”, 17.01.2014, <https://www.osw.waw.pl/pl/publikacje/komentarze-osw/2014-01-17/co-majdan-mowi-o-ukrainie-diagnoza-i-perspektywy-ukrainskiej>; <https://thediplomat.com/2014/07/was-taiwans-sunflower-movement-successful>; <http://chiny24.com/news/protest-studentow-tajwanie> [dostęp: 26.07.2018].

Wśród wskazanych podobieństw należy podkreślić także nowe technologie, jako narzędzia wykorzystywane podczas obu rewolucji. Zarówno demonstrujący podczas EuroMajdanu, jak i podczas Rewolucji Słoneczników używali głównie mediów społecznościowych, jako podstawowych kanałów służących komunikowaniu się między sobą oraz przekazywaniu informacji zainteresowanym poza Ukrainą. Zaangażowanie w protesty, w obu przypadkach głównie ludzi młodych – studentów oraz wykształconych specjalistów, na co dzień używających nowych technologii w celu transferu informacji, stanowiło uzasadnienie dla wzmocnienia sieciowego funkcjonowania społeczeństwa podczas protestów.

Zidentyfikowano trzy podstawowe różnice związane z przebiegiem i skutkami obu rewolucji. Pierwsza polegała na odmiennym działaniu ruchów społecznych w każdym z krajów¹⁰. Pomimo iż (jak wskazano w tabeli 8) wydarzenia w obu państwach rozpoczęły się, jako pokojowe demonstracje związane z brakiem zgody na podejmowane przez rządzących działania oraz z jednocześnie wyrażaną orientacją na zmiany, wraz z upływem czasu protesty przybrały odmienny charakter. Na Ukrainie stały się antysystemowym przewrotem (rewolucją), w którym zanegowano istniejący porządek. Ruch wygenerował działania totalne, radykalne i oparte na konflikcie. Na Tajwanie działania przez cały okres trwania protestu przejawiały charakter buntu i kontestacji podjętej przez tajwański parlament decyzji. Jednak pomimo tego, że ruch funkcjonował jako ruch radykalny, jego kolejne posunięcia miały charakter tylko częściowo oparty na konflikcie – protesty studentów na ulicach Tajpei były pokojowe i nie dążyły do konfrontacji z władzami. Druga różnica, będąca faktycznie konsekwencją pierwszej, związana była z alternacją władzy, co szerzej opisano już wcześniej. Na Tajwanie zmianę władzy dokonano w drodze demokratycznych wyborów, które odbyły się zgodnie z przewidzianym kadencyjnością terminarzem – Demokratyczna Partia Postępu przejęła władzę ustawodawczą i wykonawczą w 2016 roku. Zmiana władzy na Ukrainie miała charakter gwałtowny, związany z usunięciem ze stanowiska prezydenta kraju: 22 lutego 2014 roku Rada Najwyższa Ukrainy przegłosowała uchwałę stwierdzającą, że Wiktor Janukowycz faktycznie przestał wykonywać obowiązki prezydenta. Wybo-

¹⁰ Dla zidentyfikowania tej różnicy odwołano się do typologii działań ruchów radykalnych, jaką opracował Tadeusz Paleczny. Autor wskazał, że ruchy umiarkowane politycznie (ruch na Tajwanie) działają opierając się na istniejącym systemie prawnym i nie dążą do jego dekonstrukcji, tylko modernizacji. Protesty na Ukrainie rozpoczęły się w podobny sposób, ale po czasie nastąpiła ich radykalizacja, co doprowadziło do przekształcenia konfliktu z częściowego na totalny, tj. dążący do przewrotu antysystemowego; T. Paleczny, *Nowe ruchy społeczne*, Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego 2010, s. 96 i nast.

ry prezydenckie, w których wybrano nowego prezydenta Ukrainy, miały zatem charakter przedterminowy.

Trzecia istotna różnica, identyfikowana w przypadku obu protestów, wynikała z odmiennego funkcjonowania systemu medialnego w każdym z krajów. Na Tajwanie system medialny ma charakter otwarty i demokratyczny. Istnieje pluralizm mediów, organizacje medialne reprezentują różne podmioty i opinie, odzwierciedlające wielość partii politycznych oraz poglądów na geopolityczną sytuację Tajwanu. Media w Republice Chińskiej występują jako podmioty prywatne oraz publiczne¹¹.

Ukraiński system medialny do połowy 2013 roku był całkowicie podporządkowany istniejącym na Ukrainie układowi politycznemu i biznesowemu. Media komercyjne stanowiły własność oligarchów, realizujących za ich pomocą swoje interesy polityczne i finansowe, zaś media publiczne prezentowały i wspierały politykę realizowaną przez władzę, limitując dostęp opozycji. W październiku 2013 roku powstała (w wyniku wsparcia przez rządy kilku krajów, m.in. Holandii i USA, a także dzięki sieciowej zbiórce crowdfundingowej) niezależna internetowa telewizja Hromadske tv. Projekt gromadzenia środków realizowany był, jako wsparcie organizacji

¹¹ Rynek medialny na Tajwanie jest zróżnicowany. Ograniczając się do analizy wyłącznie tytułów prasowych, można zauważyć ich zróżnicowanie: prezentują na swych łamach odmienne poglądy i przekonania polityczne. Do głównych tytułów prasowych na Tajwanie zaliczane są: „Taipei Times” (<http://www.taipetitimes.com>) – dziennik wydawany w języku angielskim od 1999 roku, prezentujący poglądy proniepodległościowe, odpowiednik w j. mandaryńskim: <http://www.ltn.com.tw>; „The China Post” (www.chinapost.com.tw) – dziennik wydawany w j. angielskim, założony w 1952 roku, dziennie czytany przez ok. 400 tys. osób, od 2017 roku wyłącznie w wersji elektronicznej; „Taiwan News” (www.taiwannews.com.tw) – dziennik założony w 1949 roku jako „China News”, zmiany nazwy dokonano w 1988 roku, od 2015 roku wyłącznie w wersji elektronicznej (angielskiej i mandaryńskiej), miesięcznie portal anglojęzyczny przegląda ponad milion użytkowników, z czego 80% pochodzi spoza Republiki Chińskiej; „Central News Agency” (<http://www.cna.com.tw>) – rządowa agencja prasowa założona przez Kuomintang w 1924 roku na terenie Chin kontynentalnych, prowadzona w kilku językach urzędowych, informacje w j. angielskim są dostępne na stronie: <http://focustaiwan.tw>; „Taiwan Today” (<https://taiwantoday.tw/aboutus.php>) – tygodnik wydawany przez rządowe biuro informacyjne od 1964 roku, od 2009 roku pod obecnym tytułem (wcześniej: „Free China Journal”, później: „Taiwan Journal”), publikacja wyłącznie elektroniczna, w dziesięciu językach; „Epoch Times” – dziennik oraz portal internetowy utworzony w 2000 roku w Nowym Jorku we współpracy z ruchem Falun Gong, obecnie dystrybuowany w 35 krajach, portal dostępny jest w 21 językach, uwaga czytelników koncentrowana jest na zagadnieniach dotyczących praw człowieka i problematyki chińskiej. Portal internetowy „Epoch Times” miesięcznie odwiedza ponad 20 mln użytkowników.

pozarządowej, od czerwca 2013 roku. Rozpoczęcie nadawania programów zbiegło się z pierwszymi protestami podejmowanymi w związku z zawieszeniem ratyfikacji umowy stowarzyszeniowej Ukrainy z Unią Europejską. Już w grudniu tego samego roku telewizja internetowa zgromadziła ponad 7,5 mln unikalnych widzów i tym samym zajęła pierwsze miejsce w rankingu telewizji internetowych Ukrainy¹². Od marca 2014 roku telewizja Hromadske tv. rozpoczęła transmitowanie przez pierwszy kanał państwowy. 29 lipca 2018 roku liczba facebookowych fanów telewizji Hromadske tv. wynosiła około 640 tys., zaś kanał na YouTube subskrybowało ponad 330 tys. użytkowników. W związku z rozpoczęciem protestów na EuroMajdanie w listopadzie 2013 roku, uruchomiono prywatną stację internetową Espresso tv., która nadawała relacje bezpośrednio z kijowskiego placu Niezależności. Materiały stanowiły źródło przekazów dla globalnych stacji telewizyjnych, jak CNN, Reuters czy The Washington Post. 29 lipca 2018 roku liczba fanów stacji Espresso tv. na Facebooku wynosiła 98 tys. osób, zaś kanał na YouTube subskrybowało ponad 200 tys. użytkowników.

Pomimo różnic w funkcjonowaniu systemu medialnego w każdym z państw użycie mediów społecznościowych podczas protestów wykazuje podobieństwa. W obu krajach media internetowe służyły dwojakim celom: informacyjnym (w rozumieniu promowania informacji o protestach w skali krajowej i międzynarodowej) oraz agregującym sieciowy kapitał społeczny i środki finansowe, a także rzeczowe, przeznaczone na wsparcie dla protestujących.

Specyfika systemu medialnego w każdym z krajów kanalizowała używanie mediów alternatywnych w czasie trwania rewolucji. Na Tajwanie media masowe przekazywały informacje z uwzględnieniem swoich linii programowych; ich odmienność generowała przekaz informacji w sposób zróżnicowany, pozwalający na dostęp do pluralistycznych treści, a także konfrontowanie informacji medialnych w różnych kanałach środków masowego przekazu. Media społecznościowe służyły protestującym do prowadzenia komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej. Komunikacja wewnętrzna była skoncentrowana na przekazywaniu informacji o bieżących wydarzeniach oraz agregowaniu kapitału społecznego i gromadzeniu środków finansowych wspierających działania protestujących. Realizowana była za pośrednictwem kilkunastu społeczności, jakie powstały w serwisie Facebook, podstawowe dwa to: Black Island Youth (społeczność utworzona do komunikowania wewnętrznego, prowadzona w j. chińskim, która zgromadziła

¹² P. Mandryk, *Как можно заработать на интернет-телевидении в Украине*, „Forbes. Україна”, 16.01.2014, <http://forbes.net.ua/business/1363442-kak-mozhno-zarabotat-na-internet-televidenii-v-ukraine> [dostęp: 28.07.2018].

ponad 300 tys. użytkowników)¹³ oraz społeczność Sunflower Movement¹⁴ (odwołująca się do nazwy własnej protestów, której celem było przede wszystkim promowanie informacji o wydarzeniach poza granicami Tajwanu oraz docieranie z przekazem do mniejszości narodowych zamieszkujących Tajwan; prowadzona w języku angielskim, służyła także do przekazu informacji prasowych w kilku językach, co opisano wcześniej).

Znaczenie mediów alternatywnych podczas rewolucji i ich wpływ na zmiany w systemie medialnym Ukrainy opisano w kolejnym podrozdziale.

4.1.6. Ukraiński system medialny po EuroMajdanie

Wydarzenia Rewolucji Godności zmieniły zarówno ukraiński rynek medialny, jak również ukraińskie media masowe. Zmiany nastąpiły w wielu obszarach i polegały m.in. na: powstaniu nowych stacji telewizyjnych i reaktywacji radia Hromadske Radio; zwiększeniu zainteresowania Ukraińców tymi kanałami medialnymi, które transmitowały informacje niezależne od mediów głównego nurtu, podporządkowanych politykom lub oligarchom ukraińskim; profesjonalnym używaniu przez dziennikarzy serwisów społecznościowych, głównie Facebooka; powstaniu ośrodków monitorujących oraz informujących o zjawiskach *fake news* oraz dezinformacji. Te ostatnie działania nie były bezpośrednimi konsekwencjami wyłącznie EuroMajdanu – powstanie ośrodków monitorujących spowodował kryzys powstały w związku z aneksją przez Rosję Półwyspu Krymskiego oraz wojną w Donbasie. Konflikty te stały się płaszczyzną prowadzenia wojny informacyjnej pomiędzy oboma krajami: Rosją i Ukrainą¹⁵.

Tuż przed wybuchem ukraińskiej rewolucji powstały telewizje internetowe: Hromadske tv. oraz Espresso tv. Wybuch protestów wywołał zaangażowanie wielu dziennikarzy i blogerów, którzy stali się faktycznymi aktywistami społecznymi stojącymi za zmianami demokratycznymi na Ukrainie. Jak pisze Robert Rajczyk, telewizję Hromadske tv.

[...] można zaklasyfikować, jako przykład tzw. dziennikarstwa obywatelskiego [...] jej przekaz charakteryzuje się prostymi środkami wyrazu, ale sposób transmisji oraz ujęcia prezentowanych tematów czynią z Hromadske tv. jedno z najbardziej opiniotwórczych mediów w obszarze współczesnej Ukrainy. Technologie przekazu wynikające z rozwoju nowych mediów umożliwiły

¹³ https://www.facebook.com/pg/Islandnationyouth/photos/?tab=album&album_id=178388802344374 [dostęp: 13.09.2018].

¹⁴ <https://www.facebook.com/sunflowermovement/> [dostęp: 13.09.2018].

¹⁵ R. Rajczyk, op. cit., s. 102–119.

dziennikarzom Hromadske tv. relacjonowanie wydarzeń związanych z zamieszkami na Majdanie, aneksją Krymu oraz walkami w Donbasie z pozycji obserwacji uczestniczącej. [...] tego rodzaju przekaz przedstawiany nierzadko w konwencji transmisji „na żywo” pozbawiony jest elementów edycji, co gwarantuje wysoki poziom jego wiarygodności merytorycznej¹⁶.

Rajczyk, opisując drugi z kanałów, Espresso tv., podkreśla, że jego wiarygodność podnosiła współpraca z redakcjami czołowych mediów światowych, jak Reuters czy Washington Post, które korzystały z materiałów przygotowywanych przez ukraińskich dziennikarzy¹⁷. Jak zauważa Rajczyk: „W obu omawianych przypadkach istotnymi czynnikami oddziałującymi na odbiorcę są zatem: wiarygodność źródła informacji będąca efektem braku instytucjonalnych i pozainstytucjonalnych form cenzurowania sieci internetowej oraz kompetencja komunikacyjna użytkownika”¹⁸. Na przełomie lipca i sierpnia 2013 roku doszło do reaktywacji radia Hromadske, które powstało w 2003 roku i działało do 2005 roku jako radio internetowe, uznawane za pierwsze dostarczające obiektywnych informacji, reprezentujące różne opinie polityczne oraz działające poza cenzurą. Radio po reaktywacji zachowało tę samą nazwę oraz cele i rozpoczęło emisję podcastów. Od 2015 roku Radio Hromadske nadaje na częstotliwości, która pozwala odbierać jego programy m.in. w Doniecku, Ługańsku oraz w Kijowie.

Powszechne wykorzystanie (głównie serwisów Facebook oraz Twitter) spowodowało wzrost znaczenia mediów społecznościowych w proteście, a także zainicjowało rozpoczęcie transferu użytkowników z prorosyjskiego serwisu VKontakte do głównych globalnych kanałów komunikowania. Używanie mediów społecznościowych przed wybuchem EuroMajdanu było uzasadnione brakiem rzetelnych i niezaangażowanych politycznie lub biznesowo mediów, prezentujących informacje w sposób podporządkowany przyjętej linii programowej. Kontrola i rozliczanie władzy było możliwe wyłącznie przy wykorzystaniu sieci i otwartego dostępu do treści. Utworzone podczas protestów strony na Facebooku – EuroMajdan (ukr. Євро-Майдан)¹⁹ oraz EuroMajdanSOS (ukr. Євромайдан SOS)²⁰ stały się po

¹⁶ Ibidem, s. 109.

¹⁷ Ibidem, s. 110.

¹⁸ Ibidem.

¹⁹ Społeczność utworzona 21 listopada 2013 roku, po zakończeniu protestów przekształciła się w serwis informacyjny, obecnie liczy blisko 290 tys. użytkowników, <https://www.facebook.com/EuroMaydan/> [dostęp: 3.08.2018].

²⁰ Społeczność (brak danych dot. daty utworzenia) licząca blisko 120 tys. użytkowników, pełni funkcje serwisu informacyjnego poświęconego tematyce społecznej, pomocy humanitarnej i charytatywnej, <https://www.facebook.com/EvromaidanSOS/> [dostęp: 3.08.2018].

zakończeniu wydarzeń serwisami informacyjnymi, poruszającymi bieżącą tematykę społeczno-polityczną oraz ekonomiczną, a także pełnią istotną rolę serwisów inicjujących i tworzących płaszczyzny do debaty na bieżące tematy społeczno-polityczne. Swój sieciowy byt kontynuuje także EuroMaidan Press²¹, serwis internetowy, za pomocą którego podczas protestów przekazywano w języku angielskim informacje dotyczące wydarzeń na Ukrainie, udostępniając je zachodnim mediom. Serwis internetowy pełnił podczas rewolucji funkcje wirtualnego biura prasowego, które dostarczało informacje dla zagranicznych mediów (te same media korzystały także z materiałów filmowych pochodzących z serwisu YouTube, gdzie bezpośrednio zamieszczali je protestujący oraz aktywiści protestu, korzystając z kanału Espresso tv.). EuroMaidan Press kontynuuje działalność, publikując treści w języku angielskim, m.in. przewodnik instruujący, jak rozpoznawać przejawy rosyjskiej propagandy na Ukrainie²².

Istotne znaczenie podczas protestów miała także stacja radiowa RadioFreeEurope / RadioLiberty, obecna na ukraińskim rynku medialnym jako Radio Svoboda²³. Od czasu protestów stacja radiowa stanowiła istotny kanał informacji, zwiększając tym samym zasięg oraz znaczenie wśród ukraińskich środków masowego przekazu, a po rewolucji oddziałując na *agenda setting*²⁴ mediów głównego nurtu²⁵. Konsekwencją EuroMajdanu,

²¹ <http://euromaidanpress.com> - [dostęp: 3.08.2018].

²² <http://euromaidanpress.com/guide-russian-propaganda/> [dostęp: 3.08.2018].

²³ <https://www.radiosvoboda.org> [dostęp: 3.08.2018].

²⁴ Teoria *agenda-setting*, której podstawy w latach 70. XX wieku stworzyli Max McCombs i Donald Show, głosi, iż media masowe decydują o przekazywaniu określonych informacji, nadając im jednocześnie poziom ważności. Media masowe tworzą hierarchiczną strukturę informacji, a ta nie zależy od obiektywnych kryteriów, tylko od priorytetów przyjętych w danej redakcji. Wybór faktów, którym zostanie nadane znacznie „newsa”, zależy od nadawcy kształtującego i kontrolującego przepływ informacji. Tym samym kontrolowany jest obraz rzeczywistości konstruowanej u odbiorcy za pośrednictwem środków masowego przekazu. „News” wg *agenda-setting* powinny spełniać następujące kryteria: być aktualnym, jednoznacznym i przejrzystym, wykorzystywać czynnik zaskoczenia, intensywnie odwoływać się do emocji, dotyczyć informacji ważnych i bliskich odbiorcy oraz spersonalizowanych, czyli takich, które można przypisać działalności określonych jednostek lub grup. Znaczenie dla selekcji informacji ma także fakt, czy informacje prezentują wydarzenia pozytywne czy negatywne. Te o wydźwięku negatywnym są zdecydowanie istotniejsze i częściej dobierane jako potencjalnie ważne dla odbiorców. Selekcja informacji odbywa się również przy uwzględnieniu priorytetów wyznaczanych przez samych dziennikarzy kierujących się własnymi poglądami, wartościami, jakie podzielają, oraz polityką przyjętą w redakcji; E. Nowak, *Teoria agenda-setting a nowe media*, „Studia Medioznawcze” 2016, nr 3 (66), s. 11–24.

²⁵ <https://pl.ejo-online.eu/polityka-medialna/wolnosc-prasy-2/ukrainskie-dziennikarstwo-rok-po-euromajdanie> [dostęp: 3.08.2018].

a później konfliktu krymskiego oraz wojny w Donbasie była inicjatywa wykładowców i studentów Mohylańskiej Szkoły Dziennikarstwa w Kijowie, dotycząca utworzenia w 2014 roku strony <https://www.stopfake.org/>. Strona dostępna jest w trzynastu językach, także w języku polskim. Funkcjonuje jako apolityczny i niezależny finansowo od rządu Ukrainy projekt naukowo-dziennikarski, którego celem jest analizowanie informacji, ujawnianie działań propagandowych i dezinformacyjnych oraz prowadzenie archiwum stwierdzonych przejawów aktywności propagandowej i dezinformacyjnej, pochodzących z Rosji i innych krajów byłego ZSRR, Unii Europejskiej oraz Syrii i Turcji. Pomimo wskazania innych centrów propagandy i dezinformacji, zwłaszcza propaganda rosyjska, mająca charakter systemowy w obliczu trwającego konfliktu w Donbasie oraz po aneksji Krymu, stanowi istotny element prowadzonej wojny informacyjnej²⁶. W latach 2015–2017 projekt był finansowany przez Międzynarodową Organizację Renaissance, Narodową Fundację Wsparcia Demokracji, Ministerstwo Spraw Zagranicznych Czech, Ambasadę Wielkiej Brytanii na Ukrainie, The Sigrid Rausing Trust oraz polski MSZ w ramach projektu Dyplomacja Publiczna 2017²⁷.

Dmytro Hubenko i Melissa Wall, badając po kilku latach od wybuchu Rewolucji Godności znaczenie mediów społecznościowych (głównie serwisu Facebook) dla ukraińskich dziennikarzy, zaznaczają, że najpopularniejszy serwis światowy jest postrzegany na Ukrainie jako nowe niezależne narzędzie komunikowania pozwalające na rozszerzenie zasięgu informacji a także oddziałujące na modyfikację *agenda setting*. Autorzy zwracają uwagę, że dziennikarze ukraińscy do wybuchu EuroMajdanu traktowali serwis Facebook jako kanał służący rozrywce i komunikacji nieprofesjonalnej – obecnie dostrzegli w nim istotne narzędzie pracy dziennikarskiej²⁸. Badania autorów potwierdziły, że od wybuchu Rewolucji Godności Facebook w opiniach samych dziennikarzy stał się miejscem, gdzie „wolontariusze, aktywiści, politycy, reprezentanci organizacji publikują ważne informacje”²⁹. Wykorzystanie serwisów

²⁶ Jak twierdzi cytowany R. Rajczyk: „[...] nowe media wykorzystywane są na froncie rosyjsko-ukraińskiej walki informacyjnej z dużą intensywnością. W odniesieniu do strony rosyjskiej mamy do czynienia z propagowaniem dychotomii: Rosja kontra reszta świata [...]. Naczelna narracja rosyjska dotyczy konieczności obrony tradycyjnych wartości, opiera się na sferze ideowej”; R. Rajczyk, op. cit., s. 110–111. <https://www.stopfake.org/pl/o-nas-pl/> [dostęp: 3.08.2018].

²⁸ D. Hubenko, M. Wall, *The Networked Public Sphere in Ukraine*, [w:] *Social Media and Politics in Central and Eastern Europe*, red. P. Surowiec, V. Stetka, London – New York: Routledge 2018, s. 148.

²⁹ Ibidem, s. 148.

społecznościowych³⁰ stało się, zdaniem badaczy, na tyle istotne, iż sami dziennikarze postrzegają kolegów niekorzystających z serwisów społecznościowych jako „będących poza systemem”³¹. Zdaniem Hubenki i Wall dziennikarze w przestrzeni Facebooka poszukują nie tylko informacji, lecz również zwiększają zasięg publikowanych przez siebie treści, nadto wchodzą w interakcje z fanami, co wpływa na ich rozpoznawalność i widoczność w sieci. Ukraińscy dziennikarze twierdzą, iż obecność na Facebooku znacznie angażuje ich publiczność, informacje docierają do szerszego grona odbiorców, którzy wcześniej nie czytali prasy i nie znali dziennikarzy, z którymi teraz, za pośrednictwem Facebooka, w przestrzeni wirtualnej mogą pozostawać w kontakcie³². Inni badacze, jak Oleh Kotsyuba³³, zwracają uwagę, że sieci społecznościowe na Ukrainie wykazują tendencje do regionalizacji, nie zyskując zasięgu w skali narodowej³⁴. Wywołuje to zjawisko limitowania powiązań i tworzenia sieci o znaczeniu regionalnym, również jeśli chodzi o zasięg materiałów dziennikarskich. Przyczyn tego stanu należy poszukiwać tak w zróżnicowaniu dostępu do technologii w różnych częściach Ukrainy, jak i w odmiennym podejściu do sytuacji geopolitycznej państwa. O ile zachodnia Ukraina jest zdecydowanie bardziej proeuropejska i od dłuższego czasu wykazuje tendencje prounijne, o tyle w części środkowej Ukrainy sytuacja jest bardziej zróżnicowana, a poparcie dla przybliżania Ukrainy do Europy Zachodniej nie jest tak jednoznaczne, jak w przypadku zachodniej części państwa. Idea rosyjskich działań propagandowych ma zatem, trafiając na podatny grunt, również pogłębiać istniejące podziały, stąd jednym z istotnych działań podejmowanych tak przez rząd Ukrainy, jak i środowiska pozarządowe (wspomniana wcześniej

³⁰ Wg danych firmy badawczej Gemius w sierpniu 2015 roku najpopularniejszym medium internetowym na Ukrainie było Google (78% populacji użytkowników), dalej serwis społecznościowy VKontakte (67%), natomiast Facebook był serwisem używanym przez 39% użytkowników. Do popularnych serwisów należał także OK (Odnoklassniki) – 32% użytkowników; ibidem, s. 143.

³¹ Ibidem, 148.

³² Wg badań przeprowadzonych kolejno w latach 2015 i 2016 młodzi Ukraińcy (studenci zamieszkał w dużych miastach – Kijów, Lwów) traktują serwisy społecznościowe jako podstawowe źródła informacji, nie weryfikując uzyskiwanych treści w innych miejscach; G. Piechota, R. Rajczyk, *The Role of Social Media during Protests on Maidan*, „Communication Today” 2015, Vol. 6 (2); G. Piechota, *Cultural Differences in Network Communication; How Polish, German and Ukrainian Netizens Use Social Media*, Berlin: Peter Lang 2018.

³³ <https://krytyka.com/en/users/oleg-kocyuba> [dostęp: 4.08.2018].

³⁴ O. Kotsyuba, *The Rise of Volunteer Groups*, 24.10.2015, <https://krytyka.com/en/community/blogs/rise-volunteer-groups> [dostęp: 4.08.2018].

inicjatywa studentów i wykładowców Mohylańskiej Szkoły Dziennikarstwa) jest weryfikowanie informacji trafiających do ukraińskiej opinii publicznej i tropienie objawów dezinformacji. Bezpieczeństwo informacyjne jako wyodrębniona kategoria pojawia się przede wszystkim w Konstytucji Ukrainy, wyszczególnione wraz z ochroną suwerenności i integralności terytorialnej³⁵. Artykuł 17 ukraińskiej ustawy zasadniczej wskazuje konieczność zapewnienia między innymi bezpieczeństwa informacyjnego jako jednej z najważniejszych funkcji państwa, obok zapewnienia bezpieczeństwa ekonomicznego, ochrony suwerenności i integralności terytorialnej. Podkreślenia wymaga jednak fakt, iż w cytowanym artykule Konstytucja Ukrainy traktuje kwestie bezpieczeństwa jako pozostające w gestii Sił Zbrojnych oraz tych organów, które stoją na straży państwa.

Władze Ukrainy, realizując zapisy konstytucyjne, opracowały dodatkowy dokument *Doktryna bezpieczeństwa informacyjnego Ukrainy*, stanowiący realizację gwarancji konstytucyjnych wynikających z artykułu 17. W wąskim aspekcie doktrynę można uznać za odpowiedź na rosyjską ingerencję w ukraińską przestrzeń informacyjną, bezpośrednim celem dokumentu jest natomiast sformułowanie zasad realizacji państwowej polityki informacyjnej, która przede wszystkim ma przeciwdziałać destrukcyjnemu wpływowi informacyjnemu Federacji Rosyjskiej w warunkach prowadzonej przez nią wojny hybrydowej³⁶. Doktryna jako dokument strategiczny koncentruje się również na wskazywaniu najważniejszych zagrożeń w postaci ekspansji informacyjnej czy specjalnych operacji informacyjnych, mających na celu radykalizację nastrojów lub też poglądów ze strony enumeratycznie wskazanego przeciwnika³⁷.

³⁵ Konstytutsiya Ukrainy (Vidomosti Verkhovnoyi Rady Ukrainy [VVR], 1996, No. 30, st. 141) [Iz zminamy, vnesenymy zhidno iz Zakonamy No. 2222-IV vid 08.12.2004, VVR, 2005, No. 2, st.44; No. 2952-VI vid 01.02.2011, VVR, 2011, No. 10, st.68; No. 586-VII vid 19.09.2013, VVR, 2014, No. 11, st.142; No. 742-VII vid 21.02.2014, VVR, 2014, No. 11, st.143; No. 1401-VIII vid 02.06.2016, VVR, 2016, No. 28, st.532], <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80> [dostęp: 16.07.2018].

³⁶ Por. Ukaz Prezydenta Ukrainy vid 25 lyutoho 2017 roku No. 47/2017 Pro Doktrynu informatsiynoyi bezpeky U Ukrainy, <http://www.president.gov.ua/documents/472017-21374> [dostęp: 16.08.2018].

³⁷ Więcej o instytucjonalizacji ukraińskiej polityki informacyjnej w: G. Piechota, R. Rajczyk, *Institutionalisation of Ukraine's Information Policy as a Function of Strategic Communication*, „Środkowoeuropejskie Studia Polityczne” 2018, nr 3.

4.1.7. Czynniki determinujące znaczenie mediów społecznościowych w protestach społeczno-politycznych

Analiza *case studies* wybranych przypadków pozwoliła na zidentyfikowanie kryteriów determinujących znaczenie mediów społecznościowych podczas protestów społeczno-politycznych. Przedmiotem analizy przypadków było śledzenie przebiegu protestów w dwóch krajach o odmiennych systemach politycznych i medialnych. Pomimo stwierdzonych podobieństw w samych protestach i ich przebiegu, istotnym było w ujęciu porównawczym wykazanie obiektywnych różnic pozwalających zidentyfikować te czynniki, które determinują używanie mediów społecznościowych podczas protestów.

1. ROZWÓJ TECHNOLOGICZNY I WYBIERANE KANAŁY KOMUNIKACJI – kryterium o charakterze obiektywnym w momencie inicjowania protestu, które można zaliczyć do okoliczności wpływających na tło rozgrywających się wydarzeń w każdym z krajów. Poziom rozwoju technologicznego nie tylko pozwala na używanie mediów społecznościowych podczas trwania protestów, ale przede wszystkim warunkuje sposób ich wykorzystania zarówno w sferze infrastrukturalnej, jak również kompetencji komunikacyjnych użytkowników. Tajwan należy do grupy państw świata najlepiej technologicznie rozwiniętych. Tajwańczycy codziennie korzystają ze smartfonów, internetu oraz mediów społecznościowych i nie jest to uzależnione ani od wieku, ani miejsca zamieszkania. Badania statystyczne prowadzone od kilku lat wskazują, że już w 2014 roku poziom używania smartfonów z dostępem do internetu osiągnął blisko 95% w społeczeństwie Tajwanu, z czego ponad 90% użytkowników deklaruowało korzystanie z globalnego serwisu Facebook³⁸. Przebieg protestu od początku był obliczony na używanie w nim mediów społecznościowych w sposób zaplanowany, scentralizowany i celowy, z wykorzystaniem dostępnych sieci pozwalających na osiągnięcie dwóch celów. Pierwszym była mobilizacja użytkowników na Tajwanie i dostarczanie im informacji nie tylko o przebiegu wydarzeń, co osiągnęto głównie za pomocą społeczności Black Island Youth, a także wykorzystując zaawansowane technologie *open source* i przysyłanie dokumentów (raportów, statystyk, analiz przygotowywanych przez zagraniczne ośrodki naukowe i polityczne na temat wpływu przyjmowanych traktatów na polityczną i gospodarczą sytuację Tajwanu),

³⁸ Obserwacja uczestnicząca, jaką prowadziłam podczas swoich dwóch pobytów naukowych na Tajwanie trwających łącznie osiem miesięcy, potwierdziła, iż tak jak upowszechniony jest dostęp do internetu (również poza miastami), tak samo powszechne jest używanie smartfonów przez osoby w różnym wieku.

jakie były przedmiotem analiz. Aktywność została zdywersyfikowana poprzez promowanie różnych kanałów w mediach społecznościowych również po to, aby zwiększyć siłę oddziaływania przekazów³⁹. Drugim celem było promowanie protestu w społeczności globalnej, a jednocześnie wskazywanie na wartości, które mu przyświecały, mobilizując dzięki temu mniejszości tajwańskie w innych krajach, przede wszystkim w Stanach Zjednoczonych, Wielkiej Brytanii i Niemczech. W tym celu używano globalnych serwisów społecznościowych (Facebook, Twitter), w których tworząc społeczności, za pomocą których docierano do globalnej wspólnoty, tajwańskich mniejszości w innych krajach, aktywistów i przedstawicieli mediów, dostarczano informacji prasowych przygotowywanych w różnych językach. Analiza społeczności Sunflower Movement wskazała, iż oficjalne informacje prasowe były regularnie dostarczane społeczności międzynarodowej poprzez replikowanie ich treści z języków chińskiego i angielskiego, również do niemieckiego, rosyjskiego, francuskiego, portugalskiego, hiszpańskiego i arabskiego⁴⁰. Protesty na Tajwanie, dzięki wykorzystaniu korelacji zaawansowanego rozwoju technologii i kompetencji komunikacyjnych liderów protestu, od początku generowały wpływ na *soft power* Republiki Chińskiej i jej władz, podkreślając odrębną od chińskiej tożsamość narodową Tajwańczyków. Sposób przekazu treści, w których wyraźnie podkreślano samodzielność bytu prawno-politycznego Tajwanu, wpływała również na *soft power* Chińskiej Republiki Ludowej, której wizerunek dominującego agresora w regionie był podkreślony, zaś mniejszości tajwańskie oraz zwolennicy idei protestu poza Tajwanem wyrażali w pikietach i lokalnie organizowanych manifestacjach poparcie dla niezależności Tajwanu i sprzeciw wobec imperialnej polityki Chin kontynentalnych. Media społecznościowe i przekazywane za ich pośrednictwem informacje służyły zatem również do stymulowania wydarzeń poza granicami Republiki Chińskiej.

Na Ukrainie, nienależącej do krajów rozwiniętych technologicznie, dostęp do internetu i komunikacji mobilnej wciąż pozostaje przypisany raczej mieszkańcom dużych miast. Podczas protestu korzystano z me-

³⁹ B. Chen, D. Liao, *Social Media, Social Movements and the Challenge of Democratic Governability*, https://cddrl.fsi.stanford.edu/sites/default/files/chen_boyu.stanford_2014_oct_10.pdf - [dostęp: 05.12.2018.]

⁴⁰ Wśród doniesień medialnych, jakie udostępniano w serwisie społeczności „Sunflower Movement” i które powstały przy wykorzystaniu informacji prasowych znalazły się m.in. artykuły opublikowane w: „The Economist”, „Le Monde”, na portalach internetowych: ria.ru, aljazeera, asahi, CNN, BBC.

diów społecznościowych⁴¹, przy czym ich używanie w okresie EuroMajdanu było obarczone trzema deficytami: brakiem infrastruktury, umożliwiającej dostęp do informacji sieciowych poza głównymi miastami; niskim poziomem kompetencji komunikacyjnych użytkowników oraz używaniem w okresie inicjacji protestów przede wszystkim prorosyjskich serwisów – VKontakte i odnoklassniki.ru., które poza terytorium Rosji i części byłych republik radzieckich są kanałami nieznanymi i niestosowanymi. Z globalnych kanałów komunikowania sieciowego (Facebook, Twitter), które pozwalały nadać protestowi wymiar globalny, w pierwszej fazie protestów korzystali głównie jego liderzy i część popierających protest dziennikarzy. Brak dostępu do infrastruktury na terytorium całej Ukrainy i niski poziom kompetencji komunikacyjnych spowodowały, iż społeczność ukraińska w odmienny sposób niż działo się to na Tajwanie promowała protesty. Działania informacyjno-propagandowe, jakie prowadzili aktywiści, liderzy i uczestnicy protestów na Ukrainie, były rozdrobnione i zdywersyfikowane co do źródeł – przekazy tworzone spontanicznie, wykorzystując do tego celu przede wszystkim kanały w serwisie YouTube, który pozwalał na publikowanie materiałów niepoddawanych wcześniej obróbce. Takie treści uznawano za obiektywne i wykorzystywano jako źródła w innych przygotowywanych materiałach. Dla porównania na Tajwanie kanał na YouTube nie był tak popularny podczas protestów, co wynikało zarówno z otwartego systemu medialnego, jaki gwarantował pluralizm w przekazywaniu informacji o protestach, jak również tego, że tworzenie treści i ich upowszechnianie miało charakter scentralizowany i profesjonalny.

2. SYSTEM POLITYCZNY I SYSTEM MEDIALNY – oba protesty rozgrywały się w państwach o odmiennych systemach: politycznym i medialnym. Republika Chińska to ukształtowana demokracja, w której istnieje pluralizm partyjny, polityczny i medialny. W wielu międzynarodowych rankingach instytucji monitorujących funkcjonowanie demokracji i przestrzeganie praw człowieka, Tajwan lokowany jest corocznie wśród krajów charakteryzujących się ustabilizowaną demokracją (w regionie Azji Południowo-Wschodniej mieści się obok Korei Południo-

⁴¹ Ukrainę uznaje się za jednego z prekursorów wykorzystania internetu podczas protestów społeczno-politycznych. Już podczas Pomarańczowej Rewolucji (Orange Revolution) w 2004 roku protestujący wykorzystywali internet oraz telefonię komórkową, aby gromadzić się i protestować w związku z fałszowaniem wyborów prezydenckich na Ukrainie - więcej w J. Goldstein, *The Role of Digital Networked Technology in The Ukrainian Orange Revolution*, Research Publication (2007-2014), The Berkman Center for Internet & Society at Harvard Law School, Cambridge 2007.

wej i Japonii)⁴². Protesty, które rozegrały się w budynku tajwańskiego parlamentu i na ulicach Tajpei, stanowiły element realizacji demokratycznej zasady wolności zgromadzeń i manifestowania. Po osiągnięciu celu protestujący zakończyli okupację budynków, a konsekwencje wobec polityków (i partii politycznej Kuomintang), przeciwko których decyzjom protestowano, Tajwańczycy podjęli w drodze demokratycznej poprzez pozbawienie ich władzy w wyborach parlamentarnych i prezydenckich przy zachowaniu kadencyjności. System medialny na Tajwanie jest otwarty.

Z kolei na Ukrainie przebieg protestów miał charakter rewolucyjny, doszło do przewrotu i do usunięcia z urzędu prezydenta. System medialny, jak opisano to wcześniej, miał na Ukrainie charakter półotwarty, środki masowego przekazu były monitorowane przez państwo albo podlegały kontroli właścicielskiej ukraińskich oligarchów. Wolne były wyłącznie internetowe kanały komunikowania. Komunikacja sieciowa podczas obu rewolucji miała charakter informacyjno-propagandowy, była narzędziem wykorzystywanym do zwiększania poparcia i zarazem zasięgu protestów w kraju oraz za granicą, stanowiąc narzędzie oddziałujące na *soft power* każdego z państw. W okresie aktywizacji ruchu społecznego, system polityczny i system medialny mają znaczenie drugorzędne. Media społecznościowe stają się podstawowymi kanałami komunikowania o protestach (niezależnie od funkcjonującego systemu politycznego). W serwisach społecznościowych i kontentowych dziennikarze mediów tradycyjnych poszukiwali obiektywnych informacji, uwiarygadniając przekazywane treści bezpośrednimi relacjami samych uczestników protestów. Różnice pojawiają się po zakończeniu wydarzeń. W przypadku Tajwanu wybuch rewolucji i jej zakończenie nie wpłynęły na zmiany systemu społeczno-politycznego ani medialnego. W przypadku ukraińskim doszło zarówno do zmian politycznych, jak i do modernizacji systemu medialnego poprzez włączenie do niego podmiotów niepowiązanych ani z rządem, ani z ukraińskimi oligarchami.

3. *LINGUA FRANCA* KOMUNIKACJI SIECIOWEJ PODCZAS PROTESTU – komunikacja sieciowa prowadzona podczas protestów miała charakter informacyjno-propagandowy. W obu badanych przypadkach jej celem było informowanie, agregowanie kapitału społecznego wokół idei i wartości promowanych w protestach, mobilizowanie zwolenni-

⁴² W 2017 roku globalna organizacja pozarządowa Reporterzy bez Granic otworzyła swoje pierwsze biuro w Azji Południowo-Wschodniej, wybierając Republikę Chińską jako miejsce, w którym przestrzega się zasad demokracji i praw człowieka.

ków i zbieranie funduszy dla protestujących. Celem komunikowania był także przekaz treści propagandowych, które miały pełnić przede wszystkim funkcje: agitacyjną (zachęcać do podejmowania określonych działań), interpretacyjną (ułatwiać budowanie przekazów perswazyjnych) i demaskatorską (ujawniać przejawy nieprawdziwych informacji, które się pojawiały, a ich celem było odbieranie wiarygodności protestującym). Biorąc pod uwagę, że oba protesty rozgrywały się w krajach o językach narodowych nienależących do powszechnie znanych, wykorzystywano w komunikacji globalnej język angielski. W przypadku Tajwanu także kilka innych języków, co istotnie zwiększało zasięg i dostępność treści. W przypadku obu protestów tworzono społeczności sieciowe oraz zakładano strony internetowe w języku angielskim, które służyły promowaniu wiadomości o przebiegu wydarzeń oraz agregowaniu poparcia płynącego dla protestujących⁴³. W przypadku Tajwanu dodatkowo zastosowano działania, polegające na zwiększeniu opcji językowych w tłumaczeniu informacji prasowych oraz ich bezpośrednim publikowaniu w serwisie społecznościowym Facebook, w społeczności Sunflower Movement. Tym samym celowo dążono do zwiększenia oddziaływania protestu poprzez ułatwienie dostępu do informacji również w mediach nieanglojęzycznych. W przypadku EuroMajdanu znaczenie miało prowadzenie serwisów społecznościowych dedykowanych użytkownikom na Ukrainie w języku ukraińskim, który po zakończeniu protestów, w drodze ewolucji, coraz silniej zaczął detronizować powszechnie używany język rosyjski, stając się narzędziem identyfikacji ukraińskiej tożsamości narodowej. Informacje o przebiegu protestów podczas EuroMajdanu udostępniano w języku angielskim poprzez stronę internetową: EuroMajdan Press.

4. TYP UCZESTNICTWA W PROTESTACH – identyfikując typ uczestnictwa, czynny lub bierny, zdołano ustalić rolę mediów alternatywnych, jaką te pełnią w protestach, przy uwzględnieniu korzystania z nich przez osoby czynnie biorące udział w protestach albo też wyłącznie śledzące wydarzenia za pośrednictwem kanałów w mediach społecznościowych. Identyfikując typ uczestnictwa w protestach na Ukrainie i analizując rolę, którą można przypisać serwisom społecznościowym, należy podkreślić, iż typ uczestnictwa wynikał pośrednio z poziomu determinacji jednostek biorących czynny udział w wydarzeniach. Zgodnie z badaniami zrealizowanymi w 2015 roku, studenci z Kijowa,

⁴³ W przypadku Tajwanu taką funkcję pełniły: społeczność na Facebooku Sunflower Movement oraz strona internetowa <http://4am.tw>. W przypadku Ukrainy: EuroMajdan Press (<https://www.facebook.com/pg/euromaidanpress.en>).

którzy byli obecni na EuroMajdanie, używali mediów alternatywnych, aby przekazywać bezpośrednie relacje oraz oznaczać swoją obecność w miejscu wydarzeń wykorzystując w tym celu funkcje geolokalizacji. Z kolei studenci z Lwowa, obecni na kijowskim placu Niepodległości, najczęściej tworzyli i udostępniali treści wykorzystując sieci społecznościowe i chcąc w ten sposób tworzyć przekazy dla tych, którzy osobiście nie brali udziału w wydarzeniach. Studenci z obu miast, obecni podczas EuroMajdanu, także chętniej ujawniali swoją proeuropejską tożsamość, dołączając do grup i społeczności sieciowych, promujących ideologię towarzyszącą protestom. Z kolei bierni obserwatorzy protestów w mediach społecznościowych wskazali, że szukali informacji na temat ich przebiegu, zaś motywacją było zainteresowanie wydarzeniami ze względu na ich wagę dla przyszłości Ukrainy. Pozostałe motywacje, które powodowały zainteresowanie przebiegiem wydarzeń, wynikały z udziału w nich wirtualnych znajomych.

Zarówno protestujący na Ukrainie, jak i na Tajwanie traktowali liderów protestu i identyfikowanych aktywistów jako tych, którzy wyznaczają ramy komunikacji sieciowej. To treści tworzone przez liderów i aktywistów miały charakter angażujący dla pozostałych uczestników, którzy tak tworzone i upowszechniane informacje udostępniali najczęściej (w przypadku obu protestów zanotowano wśród aktywności użytkowników przede wszystkim polubianie i udostępnianie postów na własnych tablicach, najmniej popularnym było dodawanie komentarza).

4.1.8. Podsumowanie badań

Reasumując powyższe ustalenia należy podkreślić, iż w przypadku protestów, które przebiegały w krajach o odmiennych systemach politycznych i systemach medialnych, rola przypisana mediom społecznościowym była tożsama, choć odmiennie kształtował się sam sposób ich używania przez uczestników wydarzeń na Tajwanie i Ukrainie. Czynniki, które zdeterminowały znaczenie mediów społecznościowych w każdym z protestów, były zależne od kryteriów obiektywnych, jak rozwój technologiczny i wybór kanałów w serwisach społecznościowych, system polityczny i medialny, kompetencje komunikacyjne (także językowe) oraz wynikały z typu uczestnictwa w protestach. Uwzględniając te kryteria jako czynniki różnicujące korzystanie z mediów alternatywnych podczas wydarzeń, można wskazać jednocześnie podobieństwa w używaniu mediów społecznościowych wynikające z celów, jakie protestujący zakładali. Interesującą kwestią są także

podobieństwa w zachowaniach sieciowych użytkowników, którzy w podobny sposób traktowali treści publikowane przez liderów i aktywistów – promowali je i dążyli do ich upowszechniania, bez własnego udziału jako komentatorów. Dodatkowo należy podkreślić, iż zachowania sieciowe protestujących na Tajwanie były uwarunkowane narzuconymi im kierunkami komunikowania przez liderów protestów, w tym istotnym promowaniem treści w skali globalnej, co miało służyć budowaniu wizerunku Tajwanu, jako państwa niezależnego od Chińskiej Republiki Ludowej. Kontestując ideę jednych Chin, zaprzeczano teorii o Tajwanie, jako „zbuntowanej chińskiej republice”. Jednocześnie użytkownicy na Ukrainie byli bardziej zróżnicowani w zachowaniach sieciowych, co wynikało z podziałów politycznych oddających preferencje polityczne protestujących pochodzących z różnych części Ukrainy. Choć główne motywacje protestujących z Kijowa i z Lwowa były podobne i wynikały z podzielania idei protestów, jednocześnie odmiennie kształtował się poziom determinacji w dążeniu do nastąpienia zmian. To zróżnicowanie oddawały zarówno postawy w procesach komunikowania, jak i motywacje uczestników do udziału w wydarzeniach⁴⁴. Użytkownicy na Ukrainie wykazywali się również niższym poziomem kompetencji komunikacyjnych, co skutkowało większym zaangażowaniem i jednocześnie spontanicznością w tworzeniu treści. Różnice w systemie medialnym, jakie istniały w czasie protestów, wpłynęły na wybór kanałów w mediach społecznościowych, z których korzystali protestujący. Na Ukrainie podstawowym wyborem był kanał YouTube, za pośrednictwem którego możliwe było publikowanie nieedytowanych treści filmowych, jakie dostarczały wiarygodnych treści, a zarazem oddawały emocje towarzyszące protestującym internautom na Ukrainie oraz zainteresowanym, w tym dziennikarzom mediów zagranicznych. Na Tajwanie do najpopularniejszych kanałów należał Facebook, który pozwalał na włączenie treści dotyczących protestów do globalnej przestrzeni dyskursu i wymiany wartości związanych z pojęciem demokracji i praw człowieka oraz prawem narodu do samostanowienia.

⁴⁴ Szerzej ta kwestia została omówiona w: G. Piechota, R. Rajczyk, *The Role of Social Media...* op. cit., s. 94–96.

Rozdział 5.

Partycypacja polityczna użytkowników sieciowych w perspektywie protestów społeczno-politycznych

5.1. Metodologia badań

5.1.1. Tło badań

Projekty badawcze, które zrealizowano na Ukrainie oraz Tajwanie, zostały przygotowane w oparciu o tożsamą metodologię. W badaniach analizie poddano postawy i zachowania, jakie w komunikowaniu sieciowym przejawiają użytkownicy, kilka lat po zakończeniu odpowiednio EuroMajdanu oraz Rewolucji Słoneczników. Oba wydarzenia nastąpiły w podobnym czasie, co uzasadnia przeprowadzenie analizy obejmującej zbliżone okresy, które upłynęły od zakończenia każdej z rewolucji.

W przygotowanej metodologii uwzględniono podział, dokonany w badaniach zrealizowanych przeze mnie w 2015 roku na Ukrainie ze względu na typ uczestnictwa w protestach – **czynny**, który polegał na bezpośrednim zaangażowaniu się jednostki w trwający protest oraz używanie podczas jego przebiegu serwisów społecznościowych, oraz **bierny**, który ograniczał się do śledzenia przebiegu protestu w mediach społecznych. Poczynione ustalenia w badaniach zrealizowanych w 2015 roku pozwoliły na zidentyfikowanie różnic, które posłużyły do przygotowania metodologii badań zrealizowanych i zreferowanych w monografii.

Przygotowując kwestionariusz ankiety (tożsamy w treści dla badań w obu państwach, tłumaczony na języki: ukraiński i chiński), uwzględniono odrębności protestów poprzez odmienną realizację badań. Na Ukrainie EuroMajdan był protestem przebiegającym w kilku największych miastach, przy czym główne wydarzenia rozgrywały się na placu Niepodległości w Kijowie – tam też docierali nie tylko mieszkańcy stolicy, ale także

młodzi ludzie z innych części Ukrainy. Stąd też zarówno w badaniach, jakie przeprowadzono w 2015 roku, jak i tych zrealizowanych trzy lata później dokonano analizy porównawczej postaw i zachowań, jakie reprezentowali studenci (główni uczestnicy protestów) z dwóch miast Ukrainy – Kijowa i Lwowa. Wybór studentów z tych miast nie był przypadkowy. Kijów jest miejscem zaistnienia głównych wydarzeń, ale także miastem, w którym istnieje zróżnicowane podejście do relacji Ukrainy z Rosją i Unią Europejską. Natomiast Lwów, jako główne miasto Ukrainy zachodniej, lokuje się zdecydowanie w orientacji proeuropejskiej. Kryterium porównawcze w badaniach oprócz uwzględnienia typu uczestnictwa w proteście wprowadziło do metodologii badań zrealizowanych na Ukrainie również czynnik porównania postaw i zachowań w komunikowaniu sieciowym, wynikający z miejsca zamieszkania protestującego.

Dla odmiany protesty, które rozegrały się podczas Rewolucji Słoneczników, miały miejsce w Tajpej (stolicy Tajwanu), gromadząc przede wszystkim studentów i absolwentów uniwersytetów zlokalizowanych w stolicy. Nie wystąpiła sytuacja zbliżona do wydarzeń na Ukrainie, gdzie protesty rozlały się po całym kraju, przybierając różne formy. Na Tajwanie protesty były dość precyzyjnie zlokalizowane w stolicy państwa. Biorąc pod uwagę ten fakt, realizacja badań o charakterze porównawczym byłaby pozbawiona racjonalnego uzasadnienia. Z tego powodu przyjęto odmienny sposób realizacji projektu badawczego przy zachowaniu tych samych celów, hipotez i pytań badawczych, a także zawartości kwestionariusza ankietowego, który dostosowano do każdego z protestów wyłącznie w zakresie nomenklatury podmiotowej i przedmiotowej dotyczącej każdego z wydarzeń. W obu badaniach zastosowano także podobny dobór respondentów: studenci, w wieku 21–23 na Tajwanie oraz 20–23 na Ukrainie, kwestionariusze ankiet w połowie trafiły do kobiet i do mężczyzn. Jak wspomniano we wstępie, w realizacji badań skorzystałam z metody śledzenia procesu (*process tracing*), która zazwyczaj prowadzi do określania i wskazywania trendów, nie zaś do sformułowania kategorycznych wniosków. Stąd też przyjęto w logice doboru grupy badanej¹, że nie wymaga ona pełnej reprezentatywności. Dobór miał charakter celowy z uwagi na to, że istotniejsze było uzyskanie odpowiedzi od osób reprezentujących środowisko dominujące podczas protestów, które potencjalnie brały w nich udział, a same korzystają z internetu. Istotnym był także element porównawczy polegający na zestawieniu ich odpowiedzi z rówieśnikami, którzy, korzystając z podobnych

¹ E. Babbie, *Badania społeczne w praktyce*, tłum. W. Betkiewicz et al., Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN 2004, s. 205.

kanałów sieciowych, nie brali osobiście udziału w wydarzeniach i nie wykazują zainteresowania w zagadnieniami dotyczącymi polityki. Uzyskanie odpowiedzi pozwoliło bowiem na wskazanie różnic w partycypacji politycznej, której źródłem są protesty społeczno-polityczne oraz komunikacja z wykorzystaniem mediów społecznościowych.

5.1.2. Realizacja badań

Na Tajwanie badania sondażowe przeprowadzono dwuetapowo. Pierwszy etap zrealizowano jako badanie pilotażowe w 2017 roku, podczas pobytu autorki na stypendium naukowym przyznanym przez Center for Chinese Studies w Tajpej. W badaniach zrealizowanych we wrześniu 2017 roku na ulicach Tajpej, w miejscach, gdzie gromadzą się studenci, tj. przed budynkiem National Central Library oraz przed budynkami dwóch uniwersytetów w Tajpej, rozdano łącznie w ciągu czterech dni 230 ankiet, z czego połowa trafiła do kobiet i połowa do mężczyzn. Warunkiem udziału w badaniu realizowanym przez dobór losowy było spełnienie przez respondenta dwóch kryteriów: wiek oraz status studenta. Celowo nie pytano tajwańskich studentów biorących udział w badaniach o korzystanie z internetu i używanie mediów społecznościowych, co wynika z faktu, że poziom technologiczny determinuje na Tajwanie procesy komunikowania: z internetu i sieciowych narzędzi komunikowania korzysta tam 95% populacji². Drugi etap badań, zrealizowany jako internetowy sondaż diagnostyczny, został przeprowadzony w pierwszej połowie 2018 roku i polegał na udostępnieniu tej samej ankiety, którą rozdawano na ulicach Tajpej, drogą elektroniczną, za pośrednictwem udostępnienia linku do kwestionariusza na *fan page* w serwisach społecznościowych tych podmiotów, które były zaangażowane w realizację protestów albo je popierały, podkreślając wartości reprezentowane podczas protestów. Dla przykładu linki do ankiety opublikowano w społeczności I Love Taiwan³; wykorzystano serwisy utworzone podczas Rewolucji Słoneczników, a także skorzystano z pomocy tajwańskich naukowców z Nanhua University w Dalin⁴, którzy rozesłali kwestionariusze bezpośrednio do studentów zaangażowanych w protesty. Tą drogą – elek-

² Analiza ankiet wskazała, iż zastosowany dobór był prawidłowy, wszystkie ankiety zostały wypełnione przez studentów korzystających z mediów społecznościowych.

³ <https://www.facebook.com/taiwannation> [dostęp: 5.09.2018].

⁴ Autorka przebywała na Uniwersytecie dwukrotnie, realizując projekt naukowy w okresie od czerwca do września 2015 roku jako Visiting Scholar i kolejny raz, realizując badania w ramach indywidualnego grantu naukowego przyznanego przez Center for Chinese Studies w Tajpei (sierpień–październik 2017).

tronicznego uzupełnienia kwestionariusza ankietowego, pozyskano 257 ankiet, z czego do wyników przyjęto tylko 180. Pozostałe zostały odrzucone z uwagi na to, że wiek badanych przekroczył 23 lata, które przyjęto za wiek graniczny respondentów. Łącznie w badaniach na Tajwanie wzięło udział 410 respondentów spełniających kryteria badawcze.

Na Ukrainie badania zostały przeprowadzone poprzez dobór losowy, realizowany jako dopasowanie przy uwzględnieniu następujących warunków: wiek respondentów (20–23) i deklaracja korzystania z serwisów społecznościowych. To pytanie w kontekście ukraińskiego rozwoju technologicznego uznano za konieczne, aby dokonać poprawnego doboru badanej grupy. Badania, jak uzasadniono wcześniej, zrealizowano przy uwzględnieniu kryterium porównawczego, biorąc pod uwagę studentów z Kijowa i Lwowa. Realizacja projektu badawczego nastąpiła przy współpracy z badaczami społecznymi z Uniwersytetu im. Borisa Grinczenki w Kijowie. Grupa badana w każdym z miast została podzielona w połowie na kobiety i mężczyzn. Badania sondażowe przy wykorzystaniu kwestionariusza ankietowego zrealizowano łącznie na grupie 600 studentów, w pięciu ukraińskich uniwersytetach – dwóch w Kijowie: Kijowski Narodowy Uniwersytet im. Tarasa Szewczenki i Uniwersytet Borysa Grinczenki oraz trzech we Lwowie: Ukraiński Uniwersytet Katolicki, Politechnika Lwowska i Lwowski Narodowy Uniwersytet im. Iwana Franki.

Podczas realizacji badań ani na Tajwanie, ani na Ukrainie nie zaistniały przeszkody, które by utrudniły ich prowadzenie, jak również nie wystąpiły okoliczności, które wpłynęły na uzyskane wyniki.

5.1.3. Cel, hipoteza i pytania badawcze

Celem badań było uzyskanie odpowiedzi na pytanie o korelację, jaka zachodzi pomiędzy rozgrywającymi się protestami społeczno-politycznymi, aktywizującymi przede wszystkim młodych ludzi, a wpływem wydarzeń na dalszą partycypację polityczną uczestników badań. W tym kontekście zamierzano uzyskać odpowiedź na pytanie, czy udział w protestach, który staje się coraz popularniejszym sposobem definiowania i artykułowania oczekiwań społecznych albo wyrażania oporu, można uznać za czynnik warunkujący poziom zaangażowania jednostki w dłuższej perspektywie czasu. Odwołując się do metody śledzenia procesu (*process tracing*), dokonano analizy, w której przyjęto za przyczynę badanego zjawiska typ uczestnictwa jednostki w proteście, określając go jako czynny lub bierny, oraz wykorzystanie mediów społecznościowych – jako narzędzia komunikacji (przy uczestnictwie czynnym) oraz źródła wiedzy o wydarzeniach

(w przypadku uczestnictwa biernego). Odwołując się do przyjętej metody badawczej, ustalono na podstawie autorefleksji badanych, wyrażonych w odpowiedziach umieszczonych w kwestionariuszach ankietowych, związek przyczynowy, który wskazuje, w jaki sposób typ udziału w proteście wpłynął na postawy i zachowania jednostek, wykazane kilka lat od wystąpienia wydarzeń, w których brały udział, albo też których przebieg śledziły za pośrednictwem mediów alternatywnych.

Podczas badań poddano testowaniu hipotezę, która zakładała, że aktywny typ udziału w protestach, polegający na bezpośrednim zaangażowaniu jednostki w przebieg wydarzeń i jednoczesnym używaniu serwisów społecznościowych, wpływa na poziom partycypacji politycznej, zwiększając poziom zaangażowania politycznego tak w działaniach realnych, jak i w procesach sieciowej komunikacji politycznej. Tym samym przyjęto w testowanej hipotezie, że typ udziału jednostki w protestach społeczno-politycznych może wywoływać trwalsze zaangażowanie polityczne.

W celu udowodnienia przyjętej hipotezy postawiono następujące pytania badawcze, które rozwinęto w kwestionariuszu ankietowym:

P1. Czy – a jeśli tak, to który – typ uczestnictwa w proteście społeczno-politycznym (czynny lub bierny) warunkuje partycypację polityczną uczestników protestu, przejawiającą się zaangażowaniem politycznym deklarowanym przez uczestnika kilka lat od nastąpienia wydarzeń?

P2. Czy reżim polityczny i system medialny przyjęte w państwie – miejscu organizacji protestów społeczno-politycznych, oddziałują na rolę, jaką odgrywają media społecznościowe w partycypacji politycznej jednostek, korzystających z nich podczas wydarzeń?

5.1.4. Prezentacja wyników badań

Uwzględniając różnice w realizacji badań na Tajwanie oraz Ukrainie, nieco odmiennie zaprezentowano ich wyniki. Rozpoczynając od uzasadnienia prezentacji wyników badań uzyskanych na Tajwanie, należy podkreślić, iż podczas opracowania ankiet uzyskanych w drodze elektronicznej oraz wypełnionych przez respondentów w Tajpej nie ujawniły się różnice w odpowiedziach, które wskazałyby na odmiennie tendencje wśród ankietowanych. Stąd też dla przejrzystości prezentacji wyników badań oraz aby uniknąć powielania tabel, w których zobrazowane zostałyby jedynie niewielkie i niemające znaczenia dla prezentacji tendencji odchylenia, zestawiono wszystkie kwestionariusze ankiet, a wyniki badań zaprezentowano łącznie. Dla odmiany wyniki badań zrealizowanych na Ukrainie uwzględnili w sposobie prezentacji kryterium porównawcze, dzięki któremu zaprezen-

towano różnice pomiędzy odpowiedziami udzielanymi przez respondentów w Kijowie i w Lwowie.

Sposób prezentacji wyników badań sondażowych zrealizowanych w obu krajach został przeprowadzony w taki sposób, aby podkreślić cel, jaki przyjęto w metodologii badań. W prezentacji wyników nacisk położono na zaznaczenie różnic w podejściu do procesów wirtualnego komunikowania politycznego oraz ujawnienie poziomu zaangażowania studentów w działania polityczne, co łącznie stanowi konsekwencje typu uczestnictwa w protestach.

5.2. Media społecznościowe w partycypacji politycznej

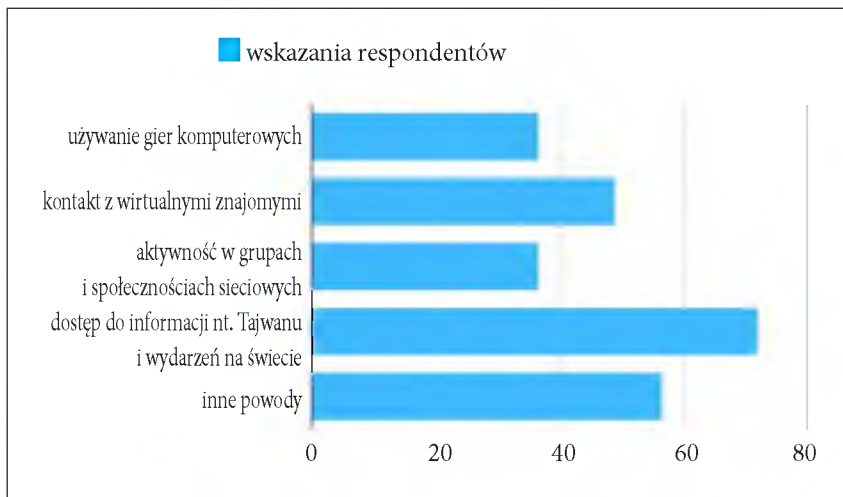
5.2.1. Aktywność polityczna internautów na Tajwanie

Wykres 1. Wiek i płeć badanych na Tajwanie



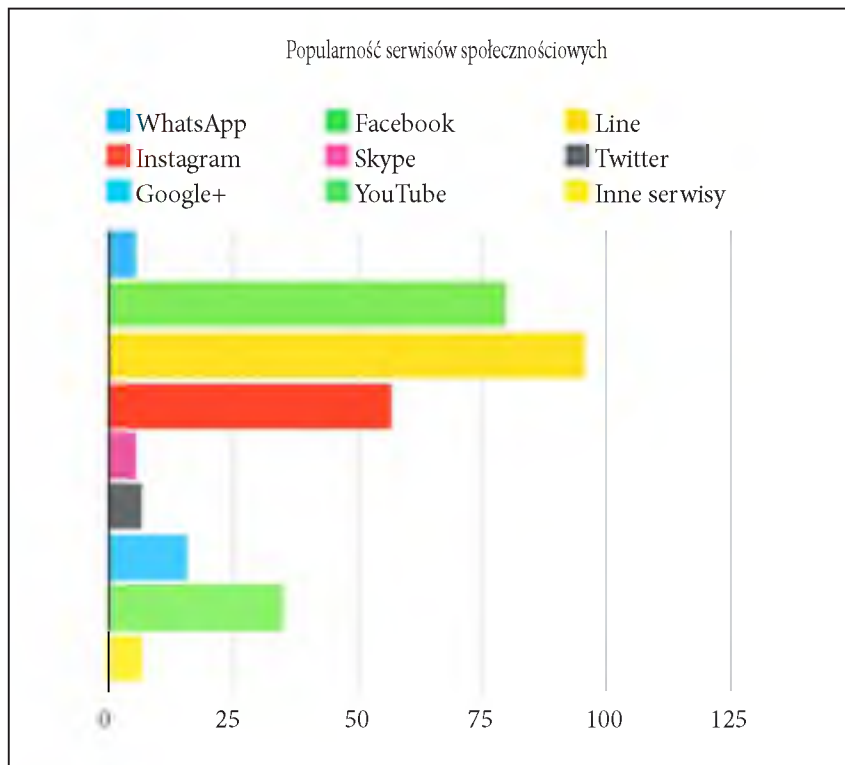
W badaniu (w jego części realizowanej elektronicznie) wzięło udział nieco więcej mężczyzn (213) niż kobiet (197). Równy podział respondentów ze względu na płeć został tym samym zachwiany w drugim etapie badawczym, zrealizowanym z wykorzystaniem internetu. Ankiety elektroniczne wypełniło więcej mężczyzn, którzy zostali zakwalifikowani do grupy badanej ze względu na spełnienie kryteriów wiekowych, niż kobiet.

Wykres 2. Deklaracje respondentów dotyczące powodów używania mediów społecznych



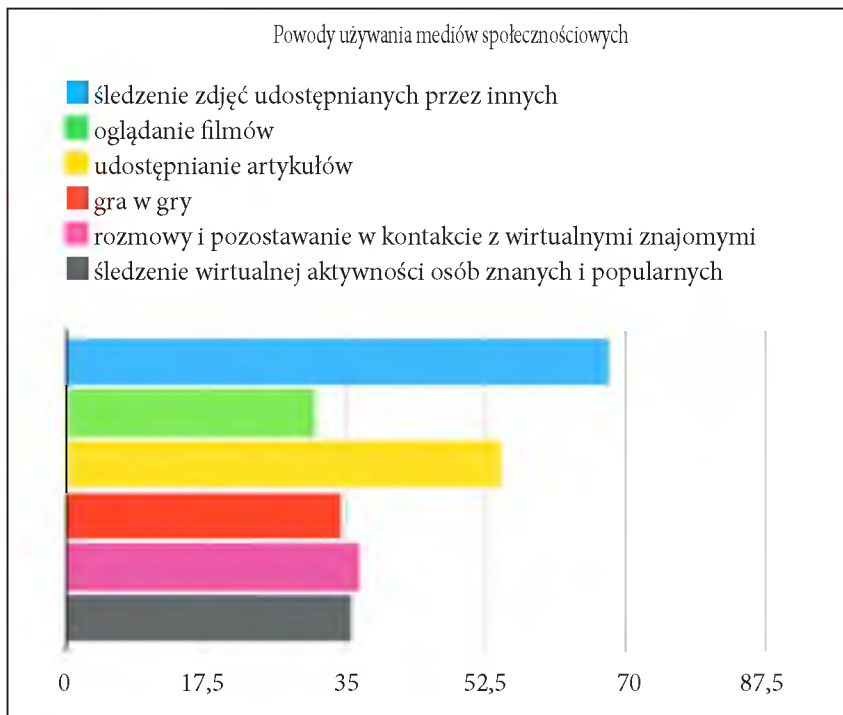
Powyższe odpowiedzi ilustrują powody, dla których badani używają mediów społecznościowych. Uwzględniając różnice płci, badania nie ujawniły preferencji dotyczących odmiennego używania mediów przez kobiety i mężczyzn. Obie grupy wykorzystują media w podobnych celach: używając gier komputerowych, czerpiąc informacje o wydarzeniach na Tajwanie i świecie oraz pozostając w relacjach wirtualnych ze znajomymi. Nie stwierdzono różnic w wyborze preferowanych aktywności ze względu na wiek badanych.

Wykres 3. Deklaracje respondentów dotyczące wyboru serwisów społecznościowych



Powyższe zestawienie wskazuje, że do najpopularniejszych serwisów społecznościowych wśród użytkowników na Tajwanie należą: globalny serwis Facebook oraz lokalna japońska aplikacja LINE służąca komunikacji grupowej. Wskazania dotyczące korzystania z tych dwóch serwisów towarzyszyły zdecydowanie największej liczbie uczestników badania, niezależnie od wieku. Zróżnicowanie zależne od zmiennej, jaką jest wiek, wystąpiło w przypadku korzystania z innych serwisów: YouTube i Google+ (respondenci starsi) oraz Instagram (użytkownicy w wieku 20 lat).

Wykres 4. Aktywność użytkowników podejmowana w sieciach społecznych



Analizując aktywność, jaką w kanałach społecznościowych przejawiają użytkownicy, można zauważyć, że ma ona charakter dwojaki: polegający na używaniu sieci do śledzenia działań innych podmiotów albo do udostępniania artykułów. To może dowodzić, iż media społecznościowe zaspokajają potrzeby informacyjne młodych użytkowników. Ten wynik można zestawiać także z danymi, jakie ujęto w przypisie nr 11 (rozdz. 4), gdzie podano przykłady prasy wydawanej na Tajwanie. Część gazet ma wyłącznie formę elektroniczną, udostępnianą nie tylko na stronach tytułu, ale także w profilach na Facebooku. Aktywność ujęta na wykresie 4, którą internauci deklarują jako podejmowaną za pośrednictwem mediów społecznościowych, pokrywa się z celami, dla których ci sami internauci używają mediów alternatywnych (te ujęte zostały na wykresie 2). Nie stwierdzono różnic w używaniu mediów społecznościowych z uwzględnieniem kryterium wieku. Interesującym ustaleniem badawczym jest natomiast fakt, że w ramach śledzenia aktywności wirtualnych znajomych sami badani zwracali uwagę na ich poglądy polityczne ujawniane w przestrzeni mediów spo-

lecznościowych. Taką aktywność zadeklarowało 44,4% badanych, 21,1% wskazało brak zainteresowania ową tematyką, a pozostałe 34,5% nie jest zainteresowane poglądami politycznymi swoich znajomych.

W dalszej części prezentacji wyników badań uwagę skoncentrowano na komunikowaniu politycznym i używaniu przez respondentów serwisów społecznościowych, zarówno podczas Rewolucji Słoneczników, jak i kilka lat po zakończeniu tych wydarzeń. Spośród badanych 63,3% zadeklarowało, iż śledziło w sieci wydarzenia, jakie miały miejsce podczas Rewolucji Słoneczników (odpowiednio: 18,9% wskazało, że nie śledziło informacji, zaś 17,8% nie pamięta, czy było zainteresowanych w okresie trwania protestów informacjami dostępnymi w sieci na ten temat). W samych protestach zadeklarowało swój aktywny udział 27,4% badanych. Zdecydowana większość tych, którzy osobiście brali udział w protestach, wskazała, iż korzystała z mediów społecznościowych w tym czasie, jednocześnie wszyscy podkreślili, iż po zakończeniu protestów nadal śledzą aktualne wydarzenia polityczne na Tajwanie, używając w tym celu kanałów w serwisach społecznościowych.

Badanym zadano pytanie o to, czy wykorzystują kanały w mediach społecznościowych do poszukiwania i udostępniania informacji poświęconych relacjom pomiędzy Tajwanem a Chińską Republiką Ludową (relacje polityczne i układ handlowy pomiędzy oboma krajami był bezpośrednią przyczyną zajęcia tajwańskiego parlamentu oraz wybuchu Rewolucji Słoneczników). Wskazania respondentów ujawniły, iż 43,3% badanych zwraca uwagę na takie treści i ich poszukuje, 50% zaprzeczyło, zaś 6,7% określiło swoje stanowisko jako „brak zainteresowania”. Nadto wśród badanych 67,8% ujawniło, iż wzięło udział w wyborach na Tajwanie w 2016 roku, w wyniku których odsunięto od władzy partię narodową Kuomintang, która w 2014 roku promowała zawarcie traktatu handlowego z Chinami. Spośród tych 67,8% aż 56,7% respondentów wskazało serwisy społecznościowe jako źródło wiedzy kształtującej ich preferencje wyborcze przed wyborami. Wiedzę badani czerpali z: zawartości profili prowadzonych w mediach społecznościowych przez polityków (71,1% wskazań) oraz informacji udostępnianych przez wirtualnych znajomych (52,2% wskazań). W mniejszym stopniu wiedza respondentów wynikała z: prowadzonych w sieci dyskusji na temat kandydatów oraz oferowanych przez nich programów (10% wskazań), aktywnego zaangażowania badanych w udostępnianie informacji w sieci (4,4% wskazań) oraz samodzielnego tworzenia materiałów w kampanii wyborczej na rzecz popieranych kandydatów czy partii (2,2% wskazań). Spośród badanych tylko 4,4% respondentów należało w chwili badania do partii politycznych (18 osób).

Wszystkie osoby, które zadeklarowały przynależność, jednocześnie brały czynny udział w protestach.

Tabela 9. Aktywność polityczna badanych oraz ich partycypacja w sieciowej komunikacji politycznej

	TAK	NIE	NIE MAM ZDANIA / NIE PAMIĘTAM / NIE INTERESUJE MNIE TO
Czy uważasz, że Ruch Słoneczników wywołał korzystne zmiany na Tajwanie ?	34,5%	54,4%	11,1% (nie mam zdania)
Czy współpracujesz z organizacjami pozarządowymi, których celem jest wzmacnianie: demokracji, wolności słowa oraz praw człowieka?	15,6%	74,4%	10% (nie interesuje mnie to)
Czy używasz mediów społecznościowych do kontrolowania poczynąń władzy ?*	17,8%	82,2%	brak opcji odpowiedzi w ankiecie
Czy w ciągu ostatnich dwóch lat brałeś udział w demonstracjach ? <i>Ze wskazań badanych, którzy wzięli udział w demonstracji, wynika, że tylko 12,2% ankietowanych informacje o demonstracjach uzyskało w sieci, 24,4% nie było pewnych, skąd dysponowali informacjami o demonstracjach, w jakich wzięli udział.</i>	4,4%	95,6%	brak opcji odpowiedzi w ankiecie
Czy twoim zdaniem Demokratyczna Partia Postępu wygra kolejne wybory w 2020 roku? <i>DPP wygrała wybory w 2016 roku na fali oczekiwań zmian, jakie powstały podczas Rewolucji Słoneczników – przyp. autorki.</i>	20%	47,8%	32,2% (nie interesuje mnie to)

Źródło: opracowanie własne.

* Badanych zapytano o formy realizacji działań kontrolnych. Odpowiedzi zobrazowano na wykresie nr 5.

Wykres 5. Formy realizacji działań kontrolnych przez badanych w sieci

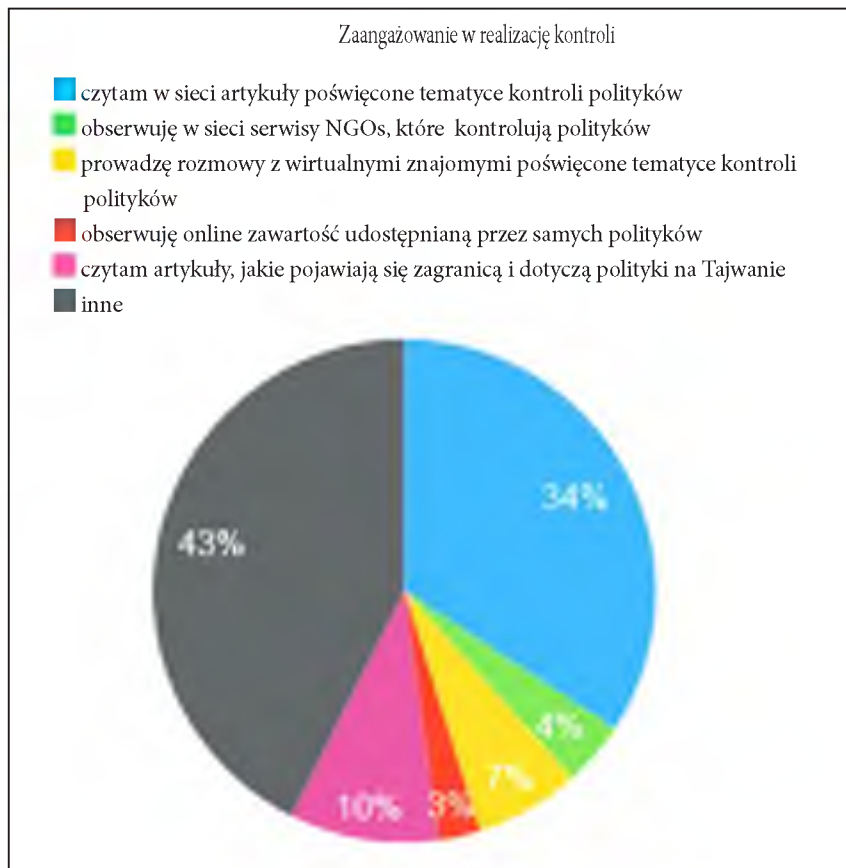


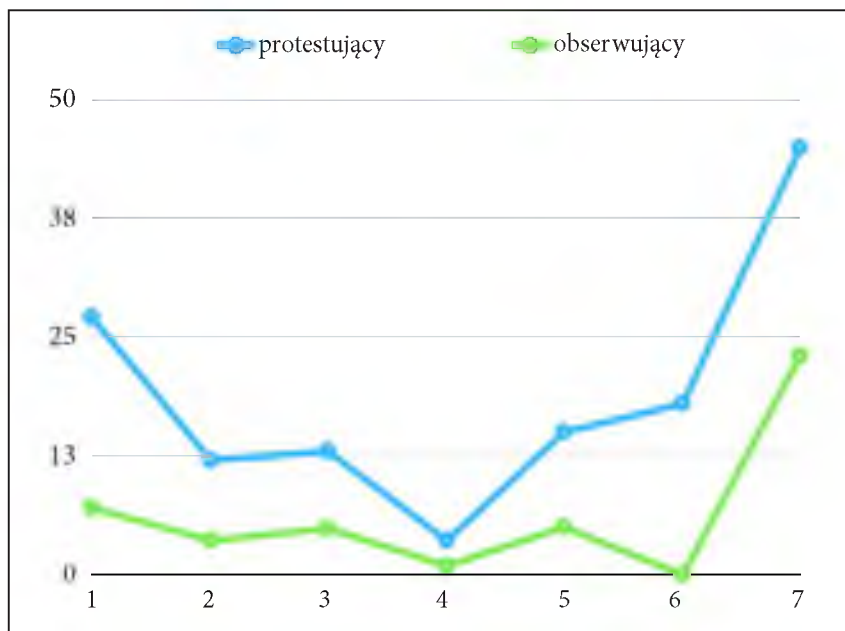
Tabela 9 oraz wykres 5 obrazują intensywność i formy zaangażowania politycznego Tajwańczyków, którzy wzięli udział w sondażu. Kumulując i podsumowując powyższe dane, należy zwrócić uwagę na kilka prawidłowości:

1. Poziom zaangażowania politycznego oraz udziału w procesach komunikowania politycznego jest relatywnie niewielki. W korelacji ze zmienną dotyczącą wieku pogłębia ustalenia o istnieniu zależności pomiędzy wiekiem badanych i ich poziomem zaangażowania – starsza grupa użytkowników (wiek: 22–23) jest bardziej zaangażowana politycznie oraz chętniej uczestniczy w procesach sieciowego komunikowania politycznego.

2. Użytkownicy sieciowi w niewielkim stopniu wykorzystują media społecznościowe do realizacji działań z zakresu kontroli polityków. Swoje działania ograniczają do czytania artykułów udostępnianych w sieci, natomiast nie szukają treści alternatywnych ani nie docierają do źródeł informacji publikowanych przez aktorów politycznych – polityków, ale także NGO-sy, działające w przestrzeni kontroli władzy (*watch dog*). Stwierdzono również brak interakcji z wirtualnymi znajomymi, których celem byłoby konfrontowanie wiedzy pozyskiwanej sieciowo na temat polityki.
3. Istotnym nośnikiem treści w procesie komunikowania politycznego są artykuły, których lekturę i udostępnianie w sieci badani deklarują.

Zestawiając aktywności zdefiniowane w tabeli 9 z odpowiedziami, jakich udzielali biorący czynny udział w protestach i korzystający podczas ich trwania z mediów społecznościowych, oraz z odpowiedziami uzyskanymi od osób wyłącznie biernie śledzących wydarzenia Sunflower Revolution za pomocą mediów społecznościowych, uzyskujemy wynik zawarty w wykresie 6, prezentującym korelację uzyskanych odpowiedzi respondentów. Jednocześnie na poniższym wykresie pominięto odpowiedzi, w których respondenci deklarowali brak własnego zdania lub brak zainteresowania. Tych odpowiedzi udzielały wyłącznie te jednostki, które nie brały czynnego udziału w protestach, często także deklarowały brak śledzenia wydarzeń w mediach społecznościowych.

Wykres 6. Udział w aktywnościach politycznych respondentów czynnie uczestniczących w protestach (*protestujący*) oraz zaangażowanych wyłącznie w śledzenie treści w mediach społecznościowych (*obserwujący*). Cyfry oznaczają odpowiednie akty uczestnictwa badanych w aktywnościach politycznych



1. Czy uważasz, że Ruch Słoneczników wywołał korzystne zmiany na Tajwanie?

2. Czy współpracujesz z organizacjami pozarządowymi, których celem jest wzmacnianie demokracji, wolności słowa oraz praw człowieka?

3. Czy używasz mediów społecznościowych do kontrolowania władzy?

4. Czy w ciągu ostatnich dwóch lat brałeś udział w demonstracjach?

5. Czy twoim zdaniem Demokratyczna Partia Postępu wygra kolejne wybory w 2020 roku?

6. Czy należysz do partii politycznej?

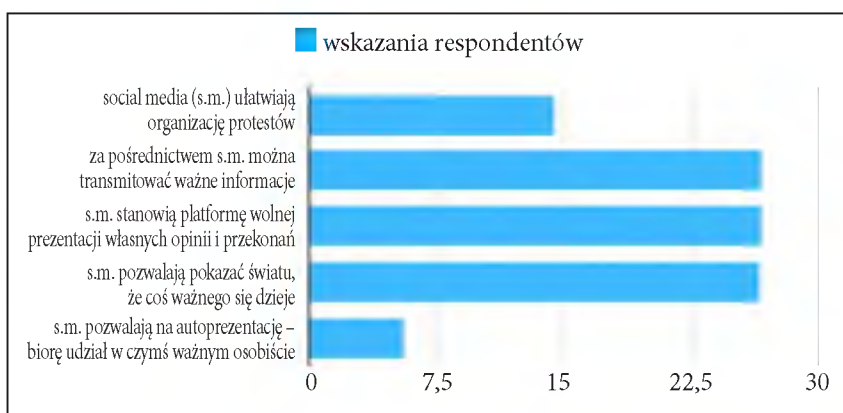
7. Czy czytasz artykuły poświęcone relacjom Chin Ludowych i Tajwanu z wykorzystaniem mediów społecznościowych?

Wykres 6 potwierdza prawidłowość przyjętej hipotezy i dowodzi, iż osoby, które brały czynny udział w wydarzeniach podczas Rewolucji Słoneczników, są bardziej aktywne w życiu politycznym, przy tym przejawiają zdolność do formułowania opinii na temat bieżącej sytuacji politycznej,

a także są bardziej skłonne do wykorzystywania mediów społecznościowych w celu śledzenia za ich pośrednictwem informacji politycznych.

W kwestionariuszu ankietowym poproszono badanych, aby w drodze selekcji wyłącznej wskazali jedno zdanie, które w ich opinii wydaje się najistotniejsze w procesie używania mediów społecznościowych podczas protestów społeczno-politycznych i rewolucji rozgrywających się także w przestrzeni wirtualnej.

Wykres 7. Cele komunikowania z wykorzystaniem mediów społecznościowych podczas protestów



Powyższe odpowiedzi wskazują, że istotne znaczenie mediów alternatywnych w organizowanych protestach przypisywane jest ich roli informacyjnej i perswazyjnej. Media społecznościowe traktowane są jako przestrzeń wolności, w której można wyrażać własne opinie i przekonania. Na Tajwanie kanały używane podczas Rewolucji Słoneczników służyły do tworzenia wyspecjalizowanych treści, dedykowanych konkretnym grupom odbiorców. Jedną ze społeczności utworzonych w serwisie Facebook, Sunflower Movement⁵, miała charakter informacyjno-propagandowy, a za jej

⁵ Zob. <https://www.facebook.com/sunflowermovement> [dostęp: 13.08.2018]. Obecnie społeczność wciąż liczy blisko 60 tys. użytkowników. Nazwa społeczności jest tożsama z nazwą nowego ruchu społecznego, tym określeniem definiowano również same protesty. Społeczność powstała 25 marca 2014 roku, siedem dni po formalnym rozpoczęciu protestów, a swą aktywność rozpoczęła postem o treści: „Taiwanese young people are occupying the Parliament to end a democratic crisis. On Mar. 18, the Ma administration forced the agreement through without due process. Once the trade agreement with China is passed, it will have a severe impact on Taiwanese people from all lines of work. We demand the government to rescind the trade agreement, and not proceed until a more reliable monitoring mechanism

pośrednictwem były upowszechniane informacje o przebiegu protestów w wielu językach, umożliwiając dziennikarzom, aktywistom i użytkownikom pochodzącym z innych państw korzystanie z informacji opisujących przebieg protestu. Technologia od samego początku odgrywała kluczową rolę w Rewolucji Słoneczników: uruchomiono centralny portal internetowy, który był używany jako wspólny punkt wejścia dla informacji poświęconych aktywności Sunflower Movement. W portalu wykorzystywano głównie narzędzia o otwartym kodzie źródłowym, hostowane w celu tworzenia sieci angażowania i wspierania aktywistów. Sunflower Movement, inicjując protest w sieci, wykorzystał istniejącą społeczność działaczy *open source* i technologii na Tajwanie, ci natomiast odegrali znaczącą rolę w tworzeniu narzędzi i platform umożliwiających masową mobilizację. Tajwańscy aktywni w mediach społecznościowych zdywersyfikowali prowadzoną sieciowo komunikację na różne kanały, aby zwiększyć siłę oddziaływania treści podczas protestu. Należy wyraźnie zaznaczyć, iż na Tajwanie badania statystyczne już w 2014 roku wskazywały, iż smartfonami z dostępem do internetu dysponuje blisko 95% tajwańskiego społeczeństwa (z czego blisko 92% jest użytkownikami Facebooka)⁶.

Od chwili rozpoczęcia protestów utworzono siedemnaście różnych społeczności i grup, wykorzystując do tego celu globalne serwisy w rodzaju Facebooka czy Twittera, jak również opierając procesy komunikacji na popularnych na Tajwanie lokalnych kanałach, m.in. japońskiej aplikacji LINE, służącej komunikacji grupowej (referowane badania potwierdziły nadal trwającą popularność aplikacji wśród Tajwańczyków). Jedną z najpopularniejszych społeczności wśród protestujących była grupa Black Island Youth, założona na Facebooku (ponad 300 tys. fanów). Za pośrednictwem tej grupy porządkowano i upowszechniano oficjalne dokumenty pochodzące z legislatury, konwertując je do fragmentów łatwych do odczytania przez zwolenników ruchu i osoby zainteresowane. W tych działaniach wykorzystywano aplikację Google, a grupy studentów kierunków

is established. our cause: We call for a citizen constitutional assembly; Spurn the Cross-Strait Service Trade Agreement; We demand that the cross-strait agreement monitoring mechanism be institutionalized in this legislative term; We implore the legislators of both the ruling and opposition party to join our cause". W ślad za utworzeniem społeczności na Facebooku uruchomiono 30 marca 2014 roku kanał na Twitterze. Pierwszy post został dodany przez administratorów 25 marca i brzmiał: „Please support us by sharing our articles and liking this page. Any like of you will be essential for Taiwanese people”.

⁶ https://www.slideshare.net/wearesocialsg/social-digital-mobile-in-apac/186-JAN-2014TAIWAN_INTERNET_INDICATORS_AVERAGE_TIME_THAT [dostęp: 13.08.2018].

prawniczych przeszukiwały inne artykuły, statystyki oraz raporty, przygotowywane przez zagraniczne ośrodki analityczne, z których wynikały zagrożenia płynące z podpisania traktatów handlowych pomiędzy Tajwanem a Chińską Republiką Ludową. Materiały przygotowane przez Black Island Youth miały charakter wirusowy, ale ze względu na barierę językową (były dostępne w języku chińskim) ich zasięg miał charakter ograniczony. Innymi aktywnościami podejmowanymi w sieci było tworzenie facebookowych eventów o charakterze globalnym, np. „Overseas Students in Solidarity with Taiwan's Anti-Pact Movement”, który zgromadził ponad 14 tys. użytkowników podczas jednodniowego maratonu pisanie listów sprzeciwu wobec próby ratyfikacji traktatów. Utworzono także stronę: Democracy at 4 am (<http://4am.tw>), udostępniając jej zawartość wyłącznie w języku angielskim, co jednoznacznie wskazało cel strony – perswazyjny przekaz idei protestu poza granice Tajwanu oraz do mniejszości narodowych zamieszkających Tajwan, które w przestrzeni publicznej używają języka angielskiego. Organizatorzy protestu opierali się również na innowacyjnym systemie komunikacji cyfrowej i współpracy użytkowników wykorzystującym kilka narzędzi *open source*, w tym Hackfoldr i Loomio⁷.

Administratorzy społeczności, wybierając język angielski i chiński⁸ jako języki dominujące w komunikowaniu się z użytkownikami, dążyli do powołania wspólnoty sieciowej, której cele będą dwojakie. Po pierwsze, za pośrednictwem globalnego serwisu społecznościowego dążono do zwiększenia zasięgu treści promujących protest, udostępniano wystąpienia liderów, relacje z przebiegu protestu oraz informacje prasowe w różnych językach obcych przygotowane z przeznaczeniem dla mediów w innych państwach i dla różnych grup odbiorców. Po drugie, poprzez udostępnianie na tablicy społeczności medialnych przekazów pochodzących z innych krajów oraz wyrazów poparcia płynących od osób i grup społecznych, potwierdzano globalność Rewolucji Słoneczników, wzmacniając postawy protestujących⁹. Administratorzy doprowadzili do wytworzenia systemu

⁷ Obszerniej kwestie związane z działaniem społeczności sieciowych na Tajwanie podczas Rewolucji Słoneczników omówiono w artykule: G. Piechota, *Network Communities as an Expression of Inclusive Culture of Participation in Political Protest: The Sunflower Movement Case Study*, „Communication Today” 2018, Vol. 9 (2).

⁸ Informacje prasowe replikowano w innych językach, m.in. w: niemieckim, rosyjskim, francuskim, portugalskim, hiszpańskim, arabskim, polskim – z wyjątkiem angielskiego i chińskiego.

⁹ Wśród doniesień medialnych, jakie udostępniano w serwisie społeczności, znalazły się m.in. artykuły opublikowane w „The Economist” i w „Le Monde” oraz na portalach: ria.ru, aljazeera, asahi, CNN, BBC.

sprzężonego w procesie komunikacji w społeczności. Stworzono spójny przekaz zatytułowany „informacje prasowe” dostępny w różnych językach, jednocześnie dostarczając członkom społeczności dowody świadczące, że informacje na temat protestów zyskują zainteresowanie poza Tajwanem, mobilizując również użytkowników w innych krajach do popierania trwających wydarzeń. Propagandowy wymiar udostępnianych informacji miał charakter wzmacniający przekaz adresowany do społeczności międzynarodowej, w którym podkreślano, że Tajwan to nie Chiny (w kontekście obalania tezy promowanej przez Chiny Ludowe, że Tajwan, to „zbuntowana chińska prowincja”), jednocześnie akcentując odrębność tożsamościową Republiki Chińskiej. Wykres 7 potwierdza, że przyjęte cele używania mediów społecznościowych podczas protestów były spójne z ich społecznym odbiorem. Kilka lat po zakończeniu protestów użytkownicy nadal zaznaczali, że cele informacyjno-propagandowe są najważniejsze w procesie używania mediów społecznościowych podczas protestów. Interesującym ustaleniem, potwierdzonym w toku obserwacji zawartości uruchomionych społeczności, funkcjonujących podczas Rewolucji Słoneczników, jest fakt, iż do rzadkich zachowań użytkowników należało oznaczanie się w miejscach protestów, czyli traktowanie wydarzeń jako eventów, służących autoprezentacji i wzmocnieniu atrakcyjności wizerunku sieciowego osoby biorącej udział w protestach i korzystającej z funkcji geolokacji. Odpowiedzi uzyskane w badaniach i ujawnione na wykresie 7 dowodzą, iż autoprezentacja jako element uczestnictwa w wydarzeniach nie stanowiła dla respondentów istotnego celu, który wymagałby komunikowania podczas protestów. Również osoby niebiorące udziału w protestach, nie postrzegały tej możliwości jako istotnej funkcjonalności mediów społecznościowych.

5.2.2. Podsumowanie badań na Tajwanie

Zrealizowane badania potwierdziły, iż komunikacja sieciowa była podczas trwania protestów źródłem wiedzy o ich przebiegu dla 63,3% badanych. Bezpośrednio w protestach brało udział ponad 27,4% respondentów. Zdecydowana większość korzystała z mediów społecznościowych podczas wydarzeń i wszyscy, którzy zadeklarowali bezpośredni udział w protestach, potwierdzili, iż używają mediów alternatywnych do śledzenia bieżącej sytuacji na Tajwanie. Co ciekawe, również zdecydowana większość zadeklarowała, iż za pomocą mediów społecznościowych poszukuje informacji o relacjach politycznych i handlowych pomiędzy Tajwanem a Chińską Republiką Ludową. Media społecznościowe stanowiły kanał wiedzy istotny dla wyborców – niemal 80% zadeklarowało, iż te same

media były dla nich źródłem wiedzy o przebiegu kampanii wyborczej przed wyborami w 2016 roku (doszło wówczas do zmiany władzy i wprowadzenia do parlamentu nowej siły politycznej – The New Power Party, która weszła do koalicji z partią rządzącą, a powstała w efekcie Rewolucji Słoneczników). Badani wskazali, że determinantem wpływającym na ich decyzje wyborcze były treści publikowane w sieci na profilach polityków i reprezentowanych przez nich ugrupowań. Czynnikiem oddziałującym na decyzje wyborcze były nadto treści znajdujące się na profilach wirtualnych znajomych badanych. Lektura zawartości profili i udostępnianych tam treści była podstawową formą aktywności badanych. Nie należały do popularnych działań ani tworzenie własnych przekazów, ani udział w sieciowych dyskusjach, poświęconych publikowanym informacjom. Badania nie potwierdziły również przynależności respondentów do partii politycznej (co zadeklarowało 18 osób) ani powszechnego udziału w procesach kontroli władzy.

W wynikach badań zwraca uwagę pojawiający się brak interakcji pomiędzy użytkownikami sieciowymi w analizowanej przestrzeni tematycznej, zarówno tej mającej charakter ogólny, jak i zdradzającej specyfikę polityczną. Respondenci nie podejmują interakcji w sieci, które przejawiałyby się prowadzeniem dyskursu i wyrażaniem opinii. W przestrzeni komunikowania o charakterze ogólnym kontakt ze znajomymi ogranicza się do śledzenia przejawów ich aktywności w sieci, np. oglądanie udostępnianych zdjęć lub czytanie artykułów, które zamieszczają. W przypadku komunikacji politycznej rozmowy z wirtualnymi znajomymi poświęcone tematyce kontroli politycznej zadeklarowało 7% respondentów, zaś lekturę treści, które ci sami znajomi udostępniali w sieci podczas kampanii wyborczej, wskazało 52,2% badanych. Może to dowodzić biernego udziału w procesach komunikowania, co prowadzi do izolacji jednostki, nie rozwijając interakcji pomiędzy nią a innymi użytkownikami. Badani internauci pozostają ze sobą w relacjach, ale te sprowadzają się głównie do wzajemnego śledzenia poczynąń w sieci, przy jednoczesnych rzadkich interakcjach, których podstawowym przejawem jest sieciowy dyskurs i wymiana opinii.

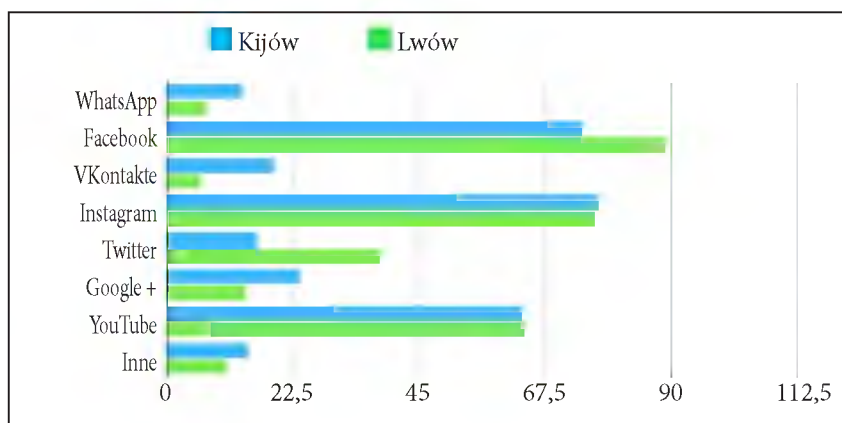
Badania na Tajwanie dowiodły, iż aktywny udział w protestach oraz równoległe korzystanie z mediów społecznościowych oddziałują na partycypację polityczną badanych, wywołując aktywność polityczną i zainteresowanie tematyką dotyczącą polityki. Porównując postawy i zachowania sieciowe jednostek, które brały czynny udział w protestach, z postawami i zachowaniami tych, które jedynie śledziły przebieg wydarzeń w sieci, możliwe do zaobserwowania staje się większe zaangażowanie

polityczne, przejawiające się udziałem w wydarzeniach politycznych, oraz aktywniejsza komunikacja polityczna w sieci, w grupie tych, którzy byli czynnie zaangażowani w protesty. Jednocześnie stwierdzono, że istotną zmienną, wpływającą na procesy edukacji politycznej, jest wiek. Im starsi użytkownicy, tym częściej prezentowali aktywne postawy, zarówno w działaniach politycznych, jak również w sieciowej komunikacji dedykowanej tematyce politycznej. Jednocześnie wiek nie był tą zmienną, która generowała odmienne aktywności sieciowe, charakteryzujące komunikowanie o charakterze ogólnym. Wszyscy respondenci wykazywali podobne zainteresowania, czy chodzi o gry komputerowe, śledzenie aktywności wirtualnych znajomych w sieci, czy też lekturę artykułów. W przypadku aktywności ogólnej zachowania sieciowe były raczej wynikiem preferencji jednostki.

5.3.3. Aktywność polityczna internautów na Ukrainie

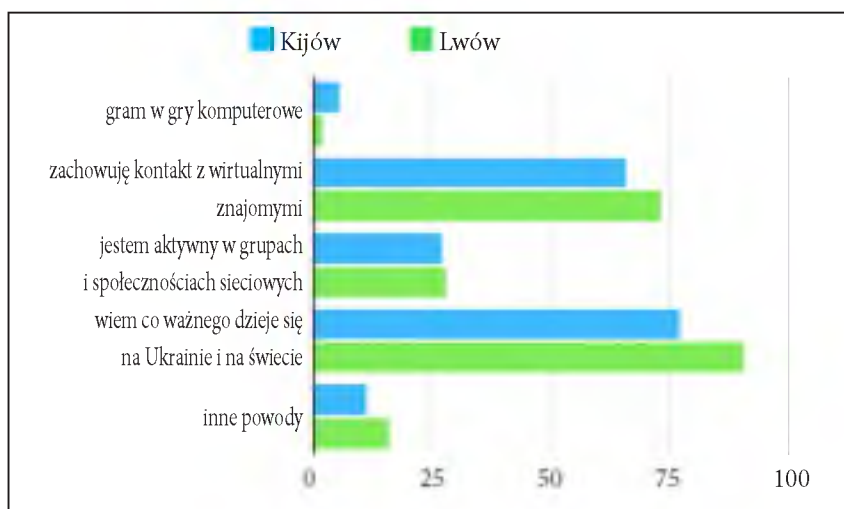
Badania na Ukrainie zostały zrealizowane i zaprezentowane poniżej z uwzględnieniem aspektu porównawczego, co uzasadniono w metodologii badań. Grupa badana w Kijowie i Lwowie została dobrana losowo, przy zastosowaniu kryterium wieku (studenci w wieku 20–22) oraz płci (połowę badanych w każdym z miast stanowiły kobiety, połowę mężczyźni). W każdym z miast zbadano 300 osób, studentów kijowskich i lwowskich uniwersytetów, którzy jednocześnie zadeklarowali korzystanie z mediów społecznościowych.

Wykres 8. Preferencje użytkowników co do wyboru kanałów w komunikacji sieciowej



Preferencje co do wyboru kanału w mediach społecznościowych wskazują, iż w ostatnich latach wzrosła rola globalnych kanałów komunikowania sieciowego (Facebook, Instagram, YouTube i Twitter) na Ukrainie. Znaczenie jeszcze kilka lat temu najpopularniejszego kanału, jakim był VKontakte, spadło znacząco, co jest efektem dwóch zjawisk – przenoszenia zainteresowania użytkowników do globalnych serwisów, zwłaszcza Facebooka i Instagrama, oraz decyzji prezydenta Ukrainy z 2017 roku o zablokowaniu dostępu do kanału VKontakte, monitorowanego przez Rosjan.

Wykres 9. Deklaracje respondentów dotyczące powodów używania mediów społecznościowych

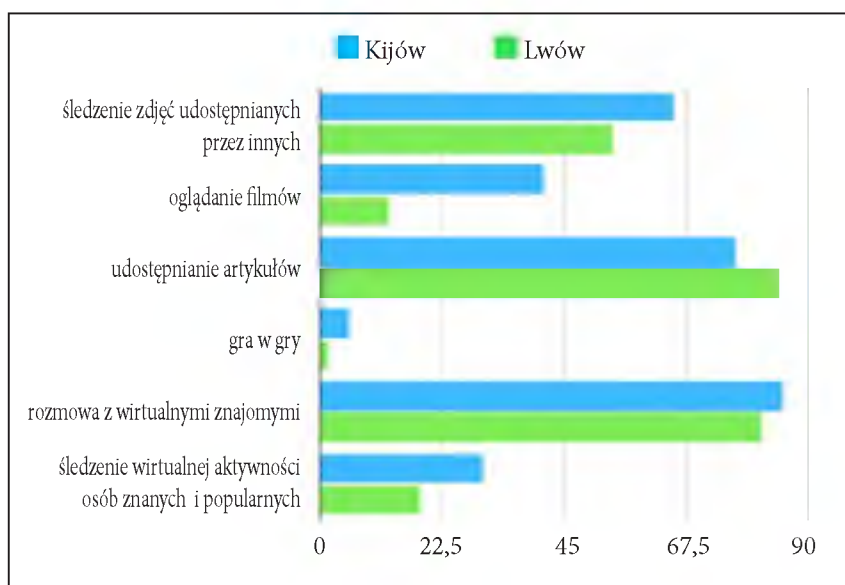


Wykres 9 dowodzi, że preferencje użytkowników sieciowych co do używania serwisów społecznościowych w obu miastach są zbliżone. Główne aktywności polegają na poszukiwaniu informacji na temat bieżących wydarzeń na Ukrainie i świecie oraz używaniu mediów społecznościowych do utrzymywania relacji z wirtualnymi znajomymi. Wskazania co do korzystania z mediów społecznościowych jako kanałów pozwalających zaspokoić potrzeby dostępu do informacji i wiadomości o wydarzeniach dziejących się na Ukrainie i świecie potwierdzają również wcześniej cytowane ustalenia badawcze¹⁰. Znaczenie sieci w zaspokajaniu przez

¹⁰ Zob. G. Piechota, R. Rajczyk, *The Role of Social Media during Protests on Maidan*, „Communication Today” 2015, Vol. 6 (2); D. Hubenko, M. Wall, *The Networked Public Sphere in Ukraine*, [w:] *Social Media and Politics in Central and Eastern Europe*, red. P. Surowiec, V. Stetka, London – New York: Routledge 2018.

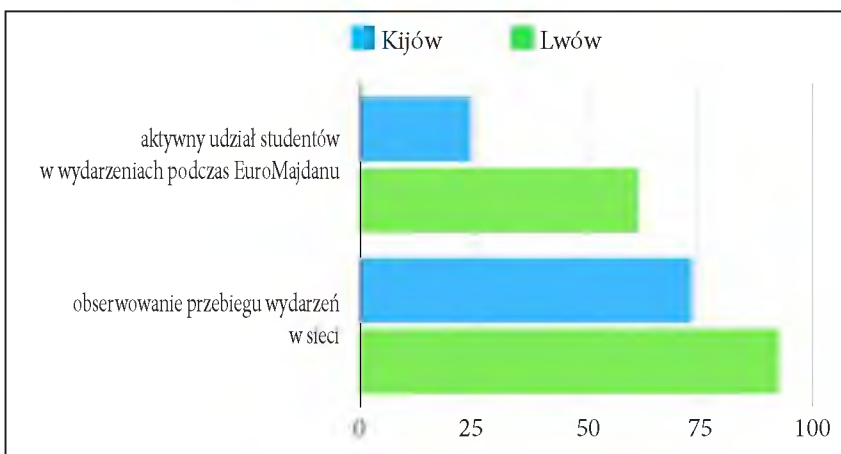
użytkowników potrzeby dostępu do informacji dowodzi utrzymującego się niskiego poziomu zaufania do wiadomości dostarczanych za pośrednictwem tradycyjnych środków masowego przekazu. W Kijowie studenci ujawnili, iż kanałów w serwisach społecznościowych używają również do pracy i jako formy relaksu (na wykresie te odpowiedzi oznaczono jako „inne”), ich lwowscy koledzy wskazali, iż wykorzystują serwisy społecznościowe w procesie dydaktycznym.

Wykres 10. Aktywność użytkowników podejmowana w sieciach społecznościowych



Zamieszczone na wykresie 10 dane ilustrują popularność aktywności sieciowych studentów w Kijowie oraz Lwowie. Jednocześnie wykres obrazuje tendencję, z której wynika, że studenci w obu miastach preferują podobne aktywności. Obserwując różnice pomiędzy deklarowanymi działaniami wśród studentów z Kijowa i Lwowa, można uznać, że wynikają one z odmiennych zainteresowań. Dodatkowym ustaleniem badawczym, nieujętem na wykresie, są wskazania studentów, że istotne dla nich jest śledzenie profili znajomych, aby wiedzieć, co się u nich dzieje – odpowiednio takie zachowania sieciowe zadeklarowało: 42,7% studentów w Kijowie oraz 47% studentów w Lwowie.

Wykres 11. Udział i komunikacja sieciowa podczas EuroMajdanu



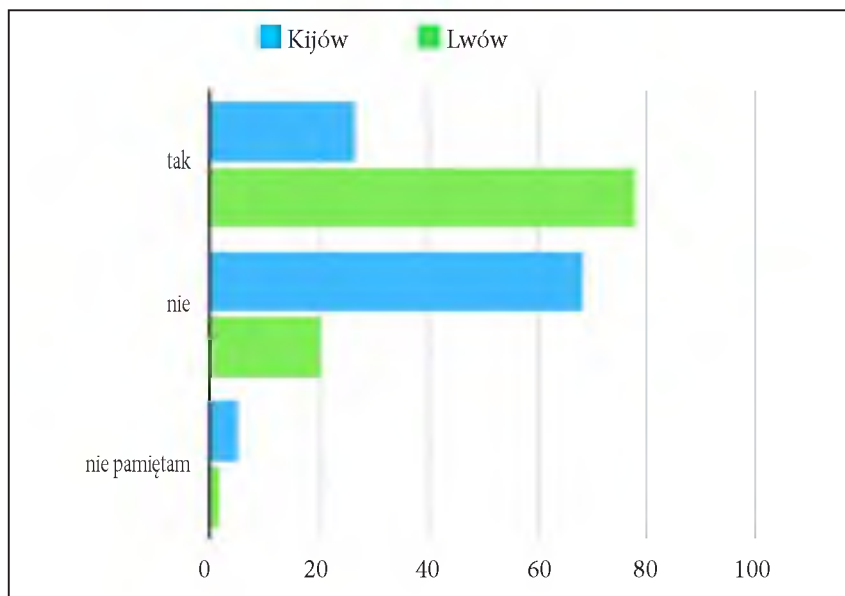
Wykres 11 potwierdza ustalenia badawcze poczynione w toku badań przeprowadzonych w obu miastach w 2015 roku. Wówczas zrealizowany projekt naukowy dowiódł, iż poziom zaangażowania przejawiający się obecnością na EuroMajdanie i aktywnością w procesach komunikowania sieciowego (tworzenie własnych treści i udostępnianie ich innym) bardziej angażował studentów pochodzących z Lwowa. Aby wziąć udział w protestach odbywających się w stolicy, musieli dojechać z innej części kraju, mieli także świadomość odpowiedzialności wobec tych osób, które nie zdołały osobiście wziąć udziału w badaniach, tworzyli więc treści, przekazujące przebieg wydarzeń w sieci. Stwierdzone różnice w zachowaniach komunikacyjnych studentów z Kijowa i Lwowa potwierdzają również różny stosunek do EuroMajdanu. W podsumowaniu badań z 2015 roku zwrócono uwagę na następującą prawidłowość:

Studenci z Lwowa należą do tej części społeczeństwa ukraińskiego, która jest zorientowana na proces integracji państwa z Unią Europejską. Dla nich udział w protestach na Majdanie wiązał się z koniecznością podróży do Kijowa, co dowodziło ich determinacji. Studenci z Lwowa tworzyli własne treści, partycypując w ten sposób w kreowaniu informacji dla użytkowników poza miejscem wydarzeń. Tymczasem grupa studentów z Kijowa, deklarujących obecność na Majdanie, informowała głównie znajomych używając funkcji lokalizacji w mediach społecznych¹¹.

¹¹ G. Piechota, R. Rajczyk, *Media społecznościowe w protestach politycznych*, [w:] *Komunikowanie społeczne w dobie nowych technologii*, red. D. Piontek, Sz. Ossowski, Poznań: PTKS 2017, s. 30.

Wyższy poziom zaangażowania lwowskich studentów potwierdza także wykres 12, obrazujący udział w wyborach, które miały miejsce kilka miesięcy po zakończeniu wydarzeń na kijowskim EuroMajdanie¹².

Wykres 12. Udział badanych w wyborach w 2014 roku



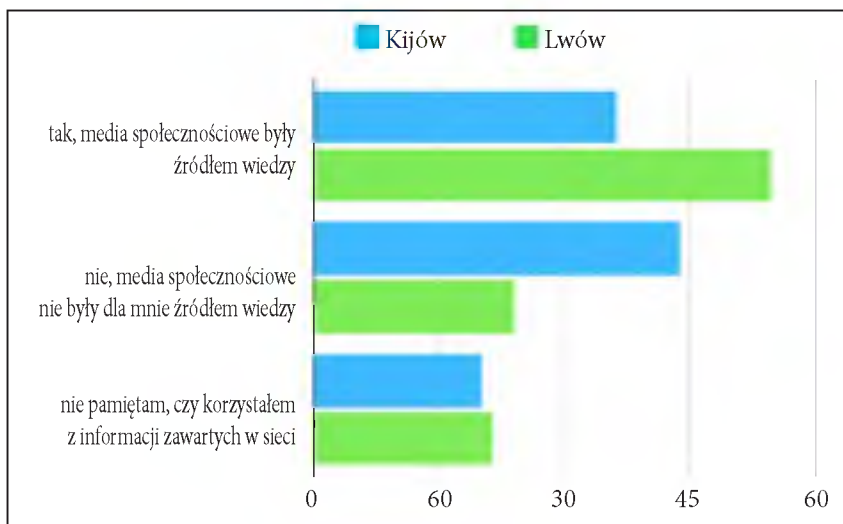
Wykres 12 ilustruje różnicę pomiędzy udziałem w wyborach w 2014 roku studentów z Kijowa i ich lwowskich kolegów¹³. Zestawiając dane z wykresów 11 i 12 można zaobserwować różnice w poziomie zaangażowania politycznego pomiędzy studentami z obu miast. Istotnym czynnikiem generującym to zróżnicowanie jest orientacja geopolityczna wpływająca

¹² W 2014 roku na Ukrainie odbyły się dwie kampanie wyborcze. W maju 2014 roku mieszkańcy Ukrainy wybierali prezydenta państwa, zaś w październiku tego samego roku skład parlamentu. Ponieważ na Ukrainie studia rozpoczyna się w wieku 17 lat, toteż część osób, jakie formalnie podczas Rewolucji Godności posiadały status studenta, jednocześnie nie były uprawnione do głosowania – to prawo nabywane jest w wieku 18 lat. Wykres 12 nie precyzuje, o którą kampanię wyborczą w 2014 roku chodzi. Dla badającej istotne było określenie czy studenci skorzystali z czynnego prawa wyborczego w 2014 roku a nie w ilu procesach wyborczych oddali głos.

¹³ W tym wykresie wzięto pod uwagę wyłącznie studentów, którzy posiadali czynne prawo wyborcze w wyborach w 2014 roku. Wykres ilustruje zatem różnice uwzględniające udział w wyborach tych osób, które potencjalnie mogły wziąć w nich udział.

na silną identyfikację proeuropejską studentów pochodzących z Zachodniej Ukrainy (Lwów i okolice), co jednocześnie wpływa na ich determinację w dążeniu do zmian systemowych na Ukrainie.

Wykres 13. Używanie mediów społecznościowych w kampanii wyborczej w 2014 roku



Powyższe dane obrazują, że lwowscy studenci częściej niż ich kijowscy koledzy kształtują swoje poglądy polityczne pod wpływem treści udostępnianych w serwisach społecznościowych. Konkretyzując dane ujęte w wykresie 13, w poniższych tabelach zidentyfikowano i nazwano konkretne działania podejmowane podczas kampanii z wykorzystaniem mediów społecznościowych. Dzięki temu w tabelach 10–14 wskazano, które działania najczęściej były przez studentów prowadzone i które oddziaływały na kształtowanie ich poglądów politycznych podczas kampanii wyborczej w 2014 roku.

Tabela 10. Upowszechnianie informacji o kandydatach wśród wirtualnych znajomych

	Bardzo często	Często	Rzadko
Kijów	4%	21,7%	74,3%
Lwów	7,7%	41%	51,3%

Źródło: opracowanie własne.

Tabela 11. Partycypacja w dyskursie sieciowym poświęconym tematyce wyborów i kandydatów

	Bardzo często	Często	Rzadko
Kijów	7,7%	23,4%	68%
Lwów	12,6%	37,7%	49,7%

Źródło: opracowanie własne.

Tabela 12. Tworzenie treści dotyczących kampanii wyborczej

	Bardzo często	Często	Rzadko
Kijów	1%	21%	78%
Lwów	4%	45,3%	50,7%

Źródło: opracowanie własne.

Tabela 13. Analiza informacji politycznych i wyborczych udostępnianych przez wirtualnych znajomych

	Bardzo często	Często	Rzadko
Kijów	11,7%	38,4%	50%
Lwów	21%	35,3%	43,7%

Źródło: opracowanie własne.

Tabela 14. Śledzenie treści publikowanych w sieci przez polityków i kandydatów w wyborach

	Bardzo często	Często	Rzadko
Kijów	13%	29,7%	57,3%
Lwów	10%	32%	58%

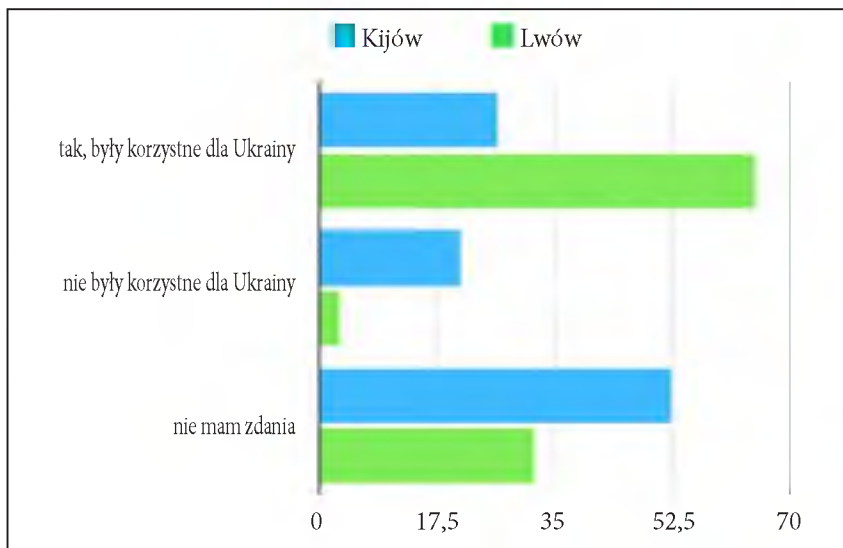
Źródło: opracowanie własne.

Poziom zaangażowania w procesy politycznej komunikacji sieciowej studentów z Lwowa jest wyższy w porównaniu do ich kijowskich kolegów. Uzasadnienie dla wskazanych różnic nie wynika z kryterium wieku czy płci, bo w tym zakresie obie badane grupy zostały dobrane przy zachowaniu tożsamych proporcji. Wyjaśnienia szukać należy w dwóch czynnikach, do których zaliczam wyższy poziom determinacji lwowskich studentów w progresji demokratyzacji utożsamianej z przybliżaniem Ukrainy do państw europejskich oraz typ uczestnictwa w protestach podczas EuroMajdanu. Z deklaracji badanych wynika, iż w wydarzeniach na EuroMajdanie

brało bezpośredni udział 24,3% studentów z Kijowa i 61,6% ich lwowskich kolegów. Różnice zostały zidentyfikowane także w zakresie używania mediów społecznościowych w kontekście śledzenia informacji o przebiegu wydarzeń podczas protestów. W tym przypadku 73,3% badanych studentów z Kijowa i odpowiednio 92,7% studentów z Lwowa zadeklarowało obserwowanie treści związanych z EuroMajdanem w sieci. Dokonując korelacji wyników ujętych w tabelach 10–14 z danymi prezentującymi różnice w poziomie uczestnictwa w protestach, należy wskazać, iż wydarzenia Rewolucji Godności i czynny w nich udział przy jednoczesnym korzystaniu z mediów społecznościowych, oddziałują na partycypację polityczną użytkowników sieciowych, generując wyższy poziom ich zaangażowania w sieciową komunikację polityczną.

Pytając respondentów o ich ocenę zmian, które nastąpiły na Ukrainie po wydarzeniach EuroMajdanu (czas, który upłynął i zmiany, jakie zaszły na Ukrainie, pozwalały na dokonanie takiej oceny), uzyskano następujące wyniki.

Wykres 14. Ocena zmian, jakie nastąpiły na Ukrainie po EuroMajdanie



Analizując powyższe dane, ponownie można stwierdzić, iż opinie badanych w zakresie zmian, które nastąpiły na Ukrainie po Rewolucji Godności, różnią się znacząco ze względu na miejsce zamieszkania respondentów. Studenci różnią się także poziomem wskazań w zakresie braku zdania co do oceny zmian, jakie zaszły. Odczytując ten wynik w kontekście pozosta-

łych ustaleń badawczych, prezentujących odmienny poziom zaangażowania politycznego studentów z Kijowa i z Lwowa, należy podkreślić, iż brak zdolności do oceny sytuacji politycznej z perspektywy czterech lat od wydarzeń także świadczy o poziomie zaangażowania politycznego biorących udział w badaniu.

Tabela 15. Zaangażowanie polityczne oraz korzystanie z mediów społecznościowych w procesach sieciowej komunikacji politycznej w latach 2014–2018

		TAK	NIE	NIE INTERESUJE MNIE TO
Czy uważasz, że urzędujący prezydent wygra kolejne wybory ?	Kijów Lwów	14,6% 24,3%	60,5% 51%	24,9% 24,7%
Czy za pomocą sieci śledzisz relacje Ukrainy i Rosji?	Kijów Lwów	11% 25,7%	71,3% 56,3%	17,7% 18%
Czy zwracasz uwagę na poglądy polityczne swoich wirtualnych znajomych?	Kijów Lwów	35,3% 58,7%	20% 22%	44,7% 19,3%
Czy uczestniczyłeś po EuroMajdanie w demonstracjach?	Kijów Lwów	8% 25%	92% 75%	brak opcji odpowiedzi w ankiecie
Czy należysz do partii politycznych?	Kijów Lwów	2 osoby nikt z badanych	–	–
Czy współpracujesz z NGO-sem, którego celem działania są: demokracja, wolność słowa oraz prawa człowieka?	Kijów Lwów	12% 53,7%	88% 46,3%	brak opcji odpowiedzi w ankiecie
Czy używasz mediów społecznościowych do kontroli władz? <i>rozszerzenie badań – wykres nr 15</i>	Kijów Lwów	51,7% 64%	48,3% 36%	brak opcji odpowiedzi w ankiecie

Źródło: opracowanie własne.

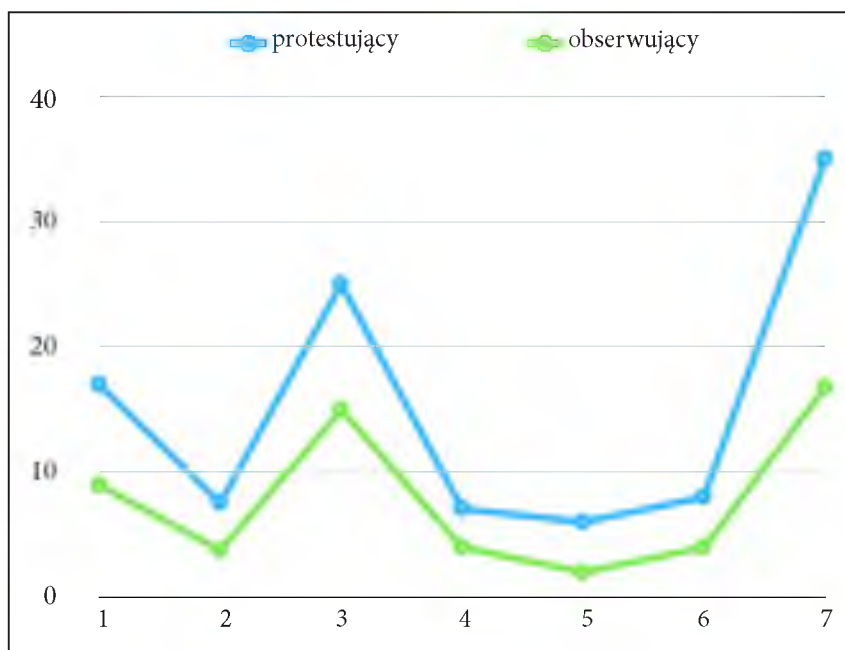
Kontynuując analizę wyników w kontekście porównawczym, tabela 15 obrazuje, jak wygląda zaangażowanie polityczne oraz wykorzystanie mediów społecznościowych w komunikacji politycznej na przełomie lat 2014–2018. Dane potwierdzają, iż różnice w poziomie partycypacji politycznej, przejawiające się z różną intensywnością zaangażowania politycznego oraz udziału w sieciowej komunikacji politycznej wśród studentów z Kijowa i Lwowa, wykazują tendencję stałą.

Wykres 15. Formy realizacji działań kontrolnych przez badanych w sieci



Pytając badanych, w jaki sposób korzystają z kanałów w serwisach społecznościowych, aby kontrolować władzę, uzyskano wyniki ilustrujące stan zróżnicowania w poziomie zaangażowania przy jednoczesnym zachowaniu zbliżonych działań podejmowanych przez studentów w każdym z miast. Procesy kontroli działań politycznych nie angażują studentów w interakcje, polegające na inicjowaniu, prowadzeniu lub włączaniu się w dyskurs sieciowy, podczas którego ustalenia kontrolne byłyby przedmiotem wymiany informacji pomiędzy użytkownikami, co prowadziłoby do formułowania opinii.

Wykres 16. Udział w aktywnościach politycznych respondentów czynnie uczestniczących w protestach (*protestujący*) oraz zaangażowanych wyłącznie w śledzenie treści w mediach społecznościowych (*obserwujący*) – dot. Kijowa. Cyfry oznaczają odpowiednie akty uczestnictwa badanych w aktywnościach politycznych



1. Czy brałeś udział w wyborach w 2014 roku?
2. Czy byłeś czynnie zaangażowany w kampanię wyborczą w 2014 roku? (uśredniono postawy zadeklarowane w tabelach 10–14, dokonując ich zestawienia w korelacji z typem udziału w Rewolucji Godności)
3. Jak oceniasz zmiany, jakie zaszły na Ukrainie po 2014 roku? (w zestawieniu pominięto odpowiedzi, w których respondenci nie mieli zdania lub opinii)
4. Czy za pomocą mediów społecznościowych śledzisz informacje dotyczące relacji Rosji i Ukrainy?
5. Czy brałeś udział w demonstracjach po 2014 roku?
6. Czy współpracujesz z organizacjami pozarządowymi, których celem jest wzmacnianie: demokracji, wolności słowa oraz praw człowieka?
7. Czy używasz mediów społecznościowych do kontrolowania władzy?

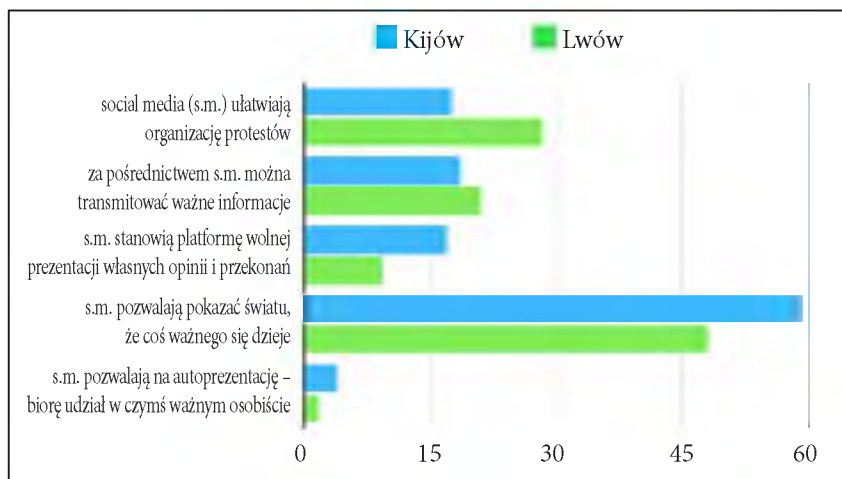
Wykres 17. Udział w aktywnościach politycznych respondentów czynnie uczestniczących w protestach (*protestujący*) oraz zaangażowanych wyłącznie w śledzenie treści w mediach społecznościowych (*obserwujący*) – dot. Lwowa. Cyfry oznaczają odpowiednie akty uczestnictwa badanych w aktywnościach politycznych



Podobnie jak w przypadku danych uzyskanych na Tajwanie, zestawienie postaw i zachowań uczestników, którzy osobiście brali udział w wydarzeniach podczas ukraińskiej Rewolucji Godności w korelacji z postawami i zachowaniami biernych obserwatorów dowodzi prawidłowości przyjętej hipotezy. Analizując wyniki ujęte w wykresach 16 i 17, obejmujących dane z dwóch miast, można zaobserwować, iż w Lwowie postawy demonstrujących i obserwatorów są bardziej zróżnicowane niż w Kijowie. Analizując wyniki badań porównawczych w niemal całym procesie, otrzymamy różnice w wynikach uzyskanych w Kijowie i Lwowie. To zestawienie potwierdza wnioski o znaczeniu determinacji w dążeniu do zmian, która przejawia się nie tylko jako zmienna wpływająca na bezpośredni udział w protestach, ale także czynnik oddziałujący na bierne uczestnictwo w proteście i jego następstwa. Studenci z Lwowa, którzy chętniej angażowali się w protesty albo byli silniej zaangażowani w procesy sieciowego komunikowania na temat tychże protestów, także po zakończeniu wydarzeń są nie tylko

silniej od swych kijowskich kolegów zaangażowani politycznie, ale także częściej uczestniczą w sieciowej komunikacji politycznej, która dotyczy zagadnień politycznych.

Wykres 18. Cele komunikowania z wykorzystaniem mediów społecznościowych podczas protestów



Badani, określając użyteczność kanałów w serwisach społecznościowych podczas protestów społeczno-politycznych, wskazali, iż najważniejszą funkcją owych serwisów jest ich zdolność do nadawania podmiotowości protestującym. Poprzez umożliwienie prezentowania światu wartości i idei, jakie przyświecają protestowi, relacjonowanie jego przebiegu oraz docieranie z komunikatami do globalnych mass mediów, aktywistów i osób zainteresowanych wydarzeniami, protest zyskuje charakter globalny. Ponad 60% studentów z Lwowa (i nieco ponad 20% z Kijowa) zadeklarowało udział w Rewolucji Godności, choć jednocześnie ankietowani nie wskazali, by wykorzystanie funkcji geolokacji, pozwalającej na identyfikację obecności w miejscu zdarzeń, było dla nich ważne. Analiza, którą przeprowadzono w 2015 roku, ujawniła, iż to studenci z Kijowa chętniej oznaczali się jako obecni w miejscu wydarzeń, traktując protesty jako potencjalne eventy, które, jako odbywające się w ich miejscu zamieszkania, naturalnie zachęcają do tego, aby oznaczyć swoją obecność w miejscu, gdzie dzieje się coś ważnego¹⁴. Badani, deklarując cele komunikowania podczas protestu, dokonywali selekcji wyłączonej, wybierając tylko jedno

¹⁴ Zob. G. Piechota, R. Rajczyk, *The Role of Social Media...* op. cit., s. 96.

wskazanie, które w swojej opinii uznawali za najważniejsze. Nie uznali za takie użyteczności, którą jest ułatwianie organizacji protestów. Biorąc pod uwagę, że Ukraina wciąż ewoluuje z półotwartego systemu medialnego do systemu pluralistycznego otwartego, ten wynik może zaskakiwać, ale jednocześnie potwierdza, że na przełomie 2013/2014 media społecznościowe nie były tak istotnym nośnikiem informacji o charakterze publicznym, jak obecnie. Już wcześniej wskazano, powołując się na wyniki badań Hubenki i Wall, że do wybuchu protestów media społecznościowe były uznawane za kanał służący rozrywce oraz komunikacji o charakterze prywatnym. Uznanie, że media społecznościowe nie są tak istotnym kanałem do organizacji protestów, dowodzi, że te ostatnie można organizować bez korzystania z serwisów społecznościowych. Natomiast wyzwaniem wciąż pozostaje, w opinii badanych, jak nadać wydarzeniom odpowiedniego znaczenia, aby stały się istotne w skali globalnej. Respondenci nie uznali także za istotną funkcji polegającej na możliwości prezentowania w sieci własnych opinii i przekonań podczas protestów. To również można uznać za efekt kultury korzystania z mediów społecznościowych przed wydarzeniami EuroMajdanu, czyli traktowania kanałów komunikowania wyłącznie w kategorii nośników treści rozrywkowych i prywatnych.

5.2.4. Podsumowanie badań na Ukrainie

Zrealizowane badania porównawcze wśród grupy rówieśniczej ujawniły, iż w protestach społeczno-politycznych, które miały miejsce w Kijowie pomiędzy listopadem 2013 roku a lutym 2014 brało udział 24,3% studentów z Kijowa i 61,6% ich lwowskich kolegów. Różnice zidentyfikowano także w kwestii używania mediów społecznościowych przez badanych podczas Rewolucji Godności – 73,3% badanych studentów z Kijowa i odpowiednio 92,7% studentów z Lwowa wskazało, że obserwowali treści związane z EuroMajdanem w sieci.

Badania potwierdziły, iż ma miejsce proces transferu użytkowników serwisu VKontakte – rozpoczęty już podczas EuroMajdanu – do globalnych sieci społecznościowych. Dodatkowo przenoszenie się użytkowników zostało od 2017 roku wsparte systemowo decyzją prezydenta Petra Poroszenki, który na okres trzech lat (do 2020 roku) zablokował dostęp z terenu Ukrainy do rosyjskich serwisów społecznościowych. Tendencje w wyborze kanałów w mediach społecznościowych są zbliżone w każdym z miast. Do najpopularniejszych serwisów należą: Facebook, Instagram i YouTube oraz Twitter (w Lwowie). Badania wskazały nadto, że młodszy respondenci chętniej korzystają z Instagrama, a starsi z Facebooka i Twittera, natomiast

YouTube jest popularny wśród wszystkich. Badania potwierdziły również, że media społecznościowe są używane przede wszystkim w dwóch celach: umożliwiają dostęp do informacji o wydarzeniach na Ukrainie i świecie, zaspokajając potrzebę informacji u użytkowników, oraz kontakt respondentów z ich wirtualnymi znajomymi. W zakresie podejmowanych aktywności w sieciach społecznościowych badani zadeklarowali, iż przede wszystkim utrzymują kontakt i prowadzą rozmowy ze znajomymi, śledzą zawartość ich profili oraz czytają i udostępniają treści. Jednocześnie badania dowiodły, iż wśród ogólnych aktywności dominuje utrzymywanie dyskursu pomiędzy użytkownikami, co jednak nie przekłada się na aktywności podejmowane w przestrzeni komunikowania politycznego. W tym obszarze dominuje śledzenie treści, dyskurs podejmowany jest sporadycznie i nie prowadzi do formułowania opinii.

W badaniach dowiedziono nadto, że pomimo wystąpienia różnic w poziomie zaangażowania politycznego, zidentyfikowanych pomiędzy studentami z Kijowa i Lwowa, nie występują różnice w zakresie sieciowych zachowań dotyczących komunikacji politycznej. Dokonana analiza nie dowiodła również istnienia korelacji pomiędzy wyższym poziomem zaangażowania w obszarze politycznej komunikacji sieciowej a intensyfikacją interakcji. To dowodzi, że studenci z obu miast, mimo różnego poziomu zaangażowania politycznego (włącznie z udziałem w demonstracjach, kontrolowaniem władzy, współpracą z NGO-sami działającymi w obszarze *watch dog*), stają się sieciowo biernymi obserwatorami procesów politycznych: nie inicjują i nie prowadzą dyskursu na tematy polityczne, co skutkowałoby formułowaniem opinii. W toku kampanii wyborczej na Ukrainie w 2014 roku na pytanie, czy partycypują w dyskursach, jakie toczą się sieciowo w tematyce wyborów i kandydatów, badani odpowiedzieli twierdząco – odpowiednio: w Kijowie 31,1% i w Lwowie 50,3% (podane liczby stanowią sumę odpowiedzi, w których badani deklarowali bardzo częsty i okresowy udział w dyskusjach sieciowych). Także analizując deklaracje studentów, związane z procesami kontroli władzy, otrzymujemy wniosek, że dominujące zachowania sieciowe wynikały ze śledzenia treści, a nie podejmowania interakcji w postaci inicjowania lub uczestniczenia w dyskursie na temat analizowanych przekazów.

Badania potwierdziły znaczenie mediów społecznościowych, jako miejsca, gdzie użytkownicy pozyskują informacje dotyczące polityki (dotyczy to zwłaszcza informacji kształtujących preferencje wyborcze podczas kampanii wyborczej w 2014 roku). Zidentyfikowane różnice, wynikające z typu uczestnictwa w proteście (czynnym i biernym), stały się czynnikiem określającym odmienności w postawach i zachowaniach sieciowych studentów w Kijowie i Lwowie. Studenci z Lwowa, zarówno aktywnie biorąc

udział w samych protestach, jak i używając podczas ich przebiegu mediów społecznościowych, deklarują wyższy poziom aktywności w procesach politycznej komunikacji sieciowej. Również częściej, w porównaniu do kolegów z Kijowa, angażują się w działania w przestrzeni realnej: biorą udział w wyborach, uczestniczą w manifestacjach, współpracują z organizacjami pozarządowymi zaangażowanymi w promowanie wartości demokratycznych i praw człowieka. Należy uznać to z jednej strony za wyraz determinacji w procesie dążenia do zmian, a z drugiej – za wyraz konsekwencji i zaangażowania, wywołany bezpośrednim udziałem w wydarzeniach EuroMajdanu.

5.3. Znaczenie mediów społecznościowych w partycypacji politycznej po zakończeniu protestów społeczno-politycznych

Realizując powyższe badania, ustalono kilka prawidłowości wskazujących na znaczenie mediów społecznościowych w partycypacji politycznej po zakończeniu protestów społeczno-politycznych.

I. Badania dowiodły, że hipoteza, którą przyjęto w metodologii badań, była prawidłowa i została udowodniona. Wykazano w toku badań istnienie zależności pomiędzy typem uczestnictwa w proteście i jednoczesnym korzystaniem z mediów społecznościowych, a poziomem zaangażowania politycznego oraz udziałem jednostki w aktach komunikacyjnych dotyczących zagadnień politycznych po zakończeniu wydarzeń. Partycypacja polityczna, będąca efektem aktywnego udziału w protestach, które doprowadziły do uzyskania zakładanych celów, przejawia się poczuciem podmiotowości sprawczej u jednostek, która to podmiotowość generuje wyższe zaangażowanie polityczne również po zakończeniu wydarzeń. Jednocześnie należy wyraźnie zaznaczyć, że sieciowa aktywność komunikacyjna, występująca u tych, którzy brali czynny udział w protestach, nie prowadzi do interakcji sieciowych, wykazując postawę bierną, przejawiającą się śledzeniem treści poświęconych polityce i kontroli władzy. Jak wskazuje Anna Karnat-Napieracz, procesy upodmiotowienia aktorów społecznych są rezultatem zmian zachodzących w wyniku społecznego oddziaływania na konstruowanie tożsamości w zachowaniach społecznych, relacjach międzyludzkich oraz w podejmowaniu działań¹⁵. Interpretując to stwierdzenie

¹⁵ A. Karnat-Napieracz, *Spoleczne uwarunkowania indywidualistycznego modelu socjalizacji w Polsce współczesnej*, [w:] *Dylematy Tożsamości. Stare i nowe konteksty socjalizacji*, red. Z. Pucek, Kraków: Oficyna Wydawnicza AFM 2007, s. 69–71.

w kontekście protestów społeczno-politycznych, można uznać, iż w trakcie samych wydarzeń dochodziło do interakcji pomiędzy podmiotami biorącymi w nich udział, które wywołały w jednostkach zmiany, oddziałujące na ich tożsamość. Po zakończeniu protestów, pomimo utrzymującego się zainteresowania tematyką polityczną oraz aktywnym uczestnictwem w życiu publicznym i politycznym, postawy w komunikowaniu sieciowym stały się bierne i ograniczyły do śledzenia treści. Wyniki ujawniły, iż użytkownicy na Tajwanie są bierni w prowadzeniu dyskursu, niezależnie od jego tematyki. Ich postawy i zachowania sieciowe ograniczają się do śledzenia treści oraz czytania zawartości profili znajomych oraz preferowanych stron. Tymczasem na Ukrainie interaktywność w procesach komunikowania jest zależna od poruszanej tematyki: studenci wchodzą ze sobą w interakcje i prowadzą dyskursy na tematy ogólne, jednak w obszarze zagadnień politycznych tylko 7% badanych zadeklarowało, iż wchodzi w interakcje sieciowe, reszta procesy sieciowego komunikowania politycznego ogranicza do śledzenia treści. Powyższe rozważania dowodzą jednak, że postrzeganie roli mediów społecznościowych jako instrumentu nadającego podmiotowość jednostkom i grupom społecznym, chcącym publicznie wyrażać swoje poglądy i oczekiwania, jest istotnym elementem wywierania wpływu, niezależnie od tego, czy dochodzi do interakcji, czy nie.

II. Badania, uwzględniając obiektywne różnice w używaniu mediów społecznościowych podczas protestów, wynikające z istniejącego rozwoju technologicznego w każdym z krajów, kompetencji komunikacyjnych użytkowników oraz preferowanych i wybieranych kanałów komunikowania, będących rezultatem obowiązujących reżimów politycznych i przyjętych systemów medialnych, wskazały na odmienny wpływ protestów na partycypację polityczną użytkowników. Rozwój technologiczny, który kształtuje rynek mediów na Tajwanie, stopniowo przenosząc prasę do wydań wyłącznie elektronicznych, ma znaczenie w kształtowaniu sposobu dystrybucji treści i ich konsumpcji przez czytelników. Tajwańczycy korzystają z wersji elektronicznych gazet nie dlatego, że tym sposobem są dostarczane do nich przekazy alternatywne wobec tych oferowanych przez tajwańskie media masowe, ale z powodów obiektywnych – część prasy jest dostępna wyłącznie w tej formie. Ich preferencje co do formy korzystania z mediów są zatem narzucone przez rozwój technologiczny, wyznaczający dostęp do treści. Na Ukrainie informacje dostępne w sieci, zarówno w portalach poszczególnych tytułów, jak i serwisach informacyjnych prowadzonych w kanałach na Facebooku czy Twitterze (w przypadku materiałów filmowych istotne znaczenie ma wciąż serwis YouTube), odpowiadają preferencjom określającym orientację czytelników, poszukujących treści obiektywnych,

wiarygodnych, niepodporządkowanych narracji mediów masowych, wypełniających cele polityczne lub biznesowe. Rynek medialny na Ukrainie, pomimo funkcjonowania za pośrednictwem telewizji publicznej kanału Hromadske tv., któremu przypisuje się walory prezentowania obiektywnych informacji, wciąż podporządkowany jest interesom politycznym i biznesowym ich właścicieli. Stąd też nadal utrzymuje się podział na treści obiektywne, jakich użytkownicy poszukują w sieci, i treści podporządkowane interesom właścicieli, dostępne w przestrzeni mediów tradycyjnych. Można zatem podejrzewać, iż zaspokajanie potrzeb informacyjnych przez badanych z obu państw następuje tak samo, tj. za pośrednictwem treści dostarczanych przez media społecznościowe. Jednak powody, dla których wybierają oni treści dostępne elektronicznie, są odmienne. Media społecznościowe, ułatwiające dostęp do treści, w tej sytuacji pełnią funkcje użytkowe wobec innych mediów elektronicznych, które pozwalają na udostępnianie informacji, jednocześnie dokonując równie istotnego ich porządkowania i kategoryzowania.

III. Obie badane grupy traktują media społecznościowe, jako instrument podkreślania znaczenia protestów w skali globalnej, który umożliwia nadanie im podmiotowości tak w przestrzeni publicznej państwa, jak i w skali międzynarodowej. Pomimo tego, że obie badane grupy zadeklarowały, iż używały mediów społecznościowych w podobny sposób, to faktyczne wykorzystanie zróżnicowały zidentyfikowane i wcześniej opisane czynniki o charakterze obiektywnym. Tam natomiast, gdzie uznano media społecznościowe za kanały informacyjno-propagandowe, badania wykazały zbieżności. To potwierdza opinie przytoczone we wstępie, że liderzy i aktywiści celowo, świadomie i kierunkowo używają mediów społecznościowych, aby z jednej strony umiejętnie zarządzać protestującym tłumem, zmotywowanym do uczestnictwa w protestach rozpoznawalnych i popieranych globalnie, z drugiej strony, z uwagi na to, że protestujący korzystają z mediów społecznościowych i zwykle oprócz uczestniczenia w protestach biorą udział także w prowadzonym równolegle komunikowaniu sieciowym, mogą śledzić treści, jakie liderzy i aktywiści udostępniają, potwierdzając w tworzonych grupach i społecznościach nie tylko zasadność wydarzeń, ale także ich rozpoznawalność i płynące ze świata poparcie. Tym samym dochodzi do podkreślania podmiotowości protestujących, o której mowa była w punkcie pierwszym. W obu państwach zatem, niezależnie od reżimu politycznego, media społecznościowe podczas protestów są narzędziem dystrybucji treści informacyjno-propagandowych.

IV. Reżim polityczny, który kształtował oba protesty, wpływał na poziom determinacji w używaniu mediów społecznościowych także po za-

kończeniu wydarzeń. Analizowane dwie główne społeczności na Tajwanie wykazywały aktywności również po zakończeniu protestów, tj. do połowy roku 2016, kiedy odbyły się ostatnie wybory (parlamentarne) na Tajwanie. Po tym fakcie aktywność w obu społecznościach powoli zamierała, posty dodawane były wyłącznie przez użytkowników i nie miały one istotnego znaczenia dla angażowania członków społeczności. Dla odmiany na Ukrainie utworzone przed i podczas protestów społeczności są wciąż aktywne, przekształciły się w nośniki bieżących treści, stając się faktycznie serwisami informacyjnymi na Facebooku. Podkreślając ponownie, iż system polityczny na Tajwanie jest skonsolidowaną demokracją, w ramach której odbyły się protesty, będące wyrazem oporu obywatelskiego, które doprowadziły do zmian, w tym do alternacji władzy – ostatecznie sytuację uznano za zamkniętą, co odzwierciedliło się również w komunikacji sieciowej, która została zakończona. Inaczej jest na Ukrainie, gdzie system polityczny wciąż jest w fazie modernizacji i jego obecna postać określana jest (za A. Stelmachem) mianem reżimu hybrydowego lub demokracji niepełnej. Tym samym można uznać, iż społeczności, grupy oraz inne formy komunikacyjne, powstałe w serwisie Facebook oraz w innych kanałach, wciąż prowadzą działalność, której celem jest wzmacnianie ukraińskiej demokracji. Reżim polityczny, obowiązujący w miejscu protestu, wpływa zatem na używanie mediów społecznościowych także po zakończeniu protestów: stają się one instrumentem pozwalającym na wzmacnianie społeczeństwa obywatelskiego, poprzez dystrybucję treści alternatywnych oraz prodemokratycznych.

Reasumując powyższe rozważania, można przyjąć, że znaczenie mediów społecznościowych w procesach partycypacji polega na realizacji trzech podstawowych funkcji:

- 1) funkcja użytkowa – za pomocą mediów społecznościowych możliwy jest transfer wartości demokratycznych, dochodzi do kategoryzowania, porządkowania i udostępniania treści, za pomocą których jednostka jest angażowana w określone działania, może śledzić alternatywne i zróżnicowane treści, pozwalające jej na świadomą partycypację polityczną;
- 2) funkcja informacyjno-propagandowa – prowadzi do upodmiotowienia jednostki, która, dzięki tworzeniu odpowiedniego kontentu oraz zarządzaniu treścią w grupach i społecznościach, jest przekonana o znaczeniu protestów, co skutkuje jej zaangażowaniem politycznym również po zakończeniu wydarzeń, w których brała udział;
- 3) funkcja kreacji świadomości politycznej – dzięki zainteresowaniu tematyką polityczną i śledzeniu treści (bez wchodzenia w interakcje i prowadzenia dyskursu sieciowego) możliwy jest proces edukacji politycznej, prowadzący do wzmacniania społeczeństwa obywatelskiego; jednocze-

śnie, przyjmując postawy użytkowników, będące skutkiem braku konfrontacji przekonań w przestrzeni mediów społecznościowych z powodu deficytu interakcji, można przyjąć, że kreacja świadomości może mieć charakter ograniczony wpływami tylko tych treści, które jednostka podziela, co staje się faktycznym efektem oddziaływania funkcji informacyjno-propagandowej.

Wracając do procesu wyjaśniania konfirmacji przyjętej hipotezy i poszukując uzasadnienia dla odmiennego poziomu oddziaływania protestów na procesy partycypacji politycznej jednostek z uwzględnieniem odmiennych typów udziału w wydarzeniach, należy wskazać powody, dla których typ uczestnictwa oddziałuje na późniejsze postawy i zachowania jednostek. W pierwszym postawionym pytaniu badawczym przyjęto, że typ uczestnictwa generuje wpływ na partycypację polityczną uczestników protestu, należy zatem zbadać, który z typów: czynny lub bierny, warunkuje uczestnictwo przejawiające się deklarowanym przez uczestnika zaangażowaniem politycznym. W systemie demokratycznym rozwój świadomości obywatelskiej przejawia się wzrostem uczestnictwa w życiu publicznym, wymagana jest alternacja myślenia, postaw, zachowań w kierunku kształtowania społeczeństwa obywatelskiego, którego aktywność gwarantuje i wspiera reżim demokratyczny. Postawy i tożsamości ukształtowane w wyniku interakcji, w które jednostki, biorące bezpośrednio udział w protestach, wchodziły podczas wydarzeń, silniej oddziaływały na ich późniejsze zaangażowanie niż miało to miejsce w przypadku wyłącznie konsumentów wiadomości sieciowych. Uzasadnienia różnic w poziomie zaangażowania politycznego, jaki wynika z konsekwencji typu uczestnictwa w proteście, należy szukać w wyjaśnieniach psychologów społecznych, a konkretnie w zasadzie manipulacji, zidentyfikowanej przez Roberta Cialdiniego jako „zasada zaangażowania i manipulacji”, przejawiająca się tak w zachowaniach, jak i procesach komunikowania się. Jak pisze Cialdini: „Jeśli potrafię doprowadzić cię do zaangażowania się w jakieś stanowisko, to tym samym angażuję sytuację w sposób sprzyjający pojawieniu się twojego dążenia do konsekwencji. Kiedy już jakieś stanowisko zostanie raz zajęte, pojawia się naturalna tendencja do postępowania uparcie zgodnego z tym stanowiskiem”¹⁶. Jak jednak zaznacza Cialdini, aby zasada zadziałała i doszło do przekształcenia „zwykłego obywatela” w „zaangażowanego obywatela”, muszą być spełnione następujące warunki: działania muszą być aktywne i publiczne oraz wymagać pewnego wysiłku; powinno im także przyświecać przekonanie, że

¹⁶ R. Cialdini, *Wywieranie wpływu na ludzi. Teoria i praktyka*, tłum. B. Wojciszke, Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne 2003, s. 73.

dziecie się tak z własnej woli zaangażowanego¹⁷. Analizując transformację jednostki w podmiot zaangażowany politycznie, do której dochodzi podczas protestów, można z łatwością zaobserwować wystąpienie wszystkich trzech wskazanych przez Cialdiniego przesłanek, warunkujących działanie zasady zaangażowania i konsekwencji. Trwałość, z pomocą której można określić konsekwentne zaangażowanie polityczne, przejawiające się nie tylko aktywniejszą postawą, ale także wyższym poziomem udziału w politycznej komunikacji sieciowej, występuje u tych jednostek, które aktywnie i osobiście (czyli dokonując publicznej deklaracji swoich poglądów) brały udział w protestach; wkładały w to pewien wysiłek (aspekt obserwowalny zwłaszcza w przypadku badań zrealizowanych na Ukrainie, dotyczących studentów z Lwowa, którzy, aby wziąć udział w kijowskim EuroMajdanie, musieli dojechać z innej części państwa, ich poziom zaangażowania był zatem wyższy w porównaniu do poziomu ujawnianego u ich kijowskich kolegów) i przejawiały własną wolę uczestnictwa. Traktując zasadę zaangażowania i konsekwencji jako społeczny dowód potwierdzający różnice w identyfikowanych poziomach zaangażowania politycznego tych, którzy brali udział w protestach, i tych, którzy wyłącznie śledzili ich przebieg sieciowo, należy wskazać na znaczenie poziomu determinacji do zmian, jako czynnika, który dowiódł woli podmiotów osobiście zaangażowanych w udział w protestach. Partycypacja w wydarzeniach była dowodem poziomu zaangażowania oraz gotowości do implementacji zmian i jako taka wpłynęła na późniejsze zaangażowanie jednostki, także po zakończeniu rewolucji w każdym z krajów.

Drugie z pytań badawczych, które postawiono w metodologii, zakładało istnienie zależności pomiędzy reżimem politycznym i systemem medialnym obowiązującym w przyjętym państwie – miejscu organizacji protestów społeczno-politycznych oddziałujących na rolę, jaką odgrywały media społecznościowe w zaangażowaniu politycznym jednostek. Powyższe analizy wskazały ogólne funkcje, jakie można przypisać mediom społecznościowym w procesach partycypacji. W przypadku państw demokratycznych znaczenie mediów społecznościowych stoi na równi z innymi narzędziami komunikowania i dystrybucji treści, pozwalającymi na wymianę informacji, transfer wartości oraz proces edukacji. Kanały w mediach społecznościowych są tylko jednym z wielu instrumentów, które mogą pełnić funkcję oddziałującą na partycypację polityczną jednostki, aby ta posiadała kompetencje do funkcjonowania w społeczeństwie demokratycznym i obywatelskim. W systemach quasi-autorytarnych albo w tzw. reżimach hybrydowanych (nierozwiniętych demokracjach), w których sys-

¹⁷ Ibidem, s. 79.

temy medialne są podporządkowane realizacji interesów politycznych lub biznesowych, zaś struktury formalne społeczeństwa obywatelskiego nie są wystarczająco silne, komunikacja sieciowa staje się istotnym kanałem przekazu treści, mogących być sposobem kształtowania postaw i zachowań jednostek tak poprzez dostarczanie im wiedzy czy angażowanie w działania na rzecz rozwoju społeczeństwa obywatelskiego, jak i umożliwianie edukacji oraz dostępu do alternatywnych treści. Używanie mediów społecznościowych do rozwoju i tworzenia alternatywnego systemu medialnego na Ukrainie, oddziałującego na *agenda setting* i kreowanie systemu mediów tradycyjnych, potwierdza ustalenia, że istnieje korelacja pomiędzy istniejącym reżimem politycznym i systemem medialnym a znaczeniem i rolą mediów społecznościowych, które oddziałują na partycypację polityczną jednostek.

Na koniec warto wspomnieć o zidentyfikowanej zmiennej, której nie poddano pogłębionej analizie, ta wymaga bowiem odrębnego procesu badawczego. Wśród badanych na Tajwanie (grupa łącznie liczyła 410 osób) osiemnastu z nich zadeklarowało przynależność do partii politycznych, na Ukrainie natomiast przebadano łącznie 600 osób, a przynależność do partii politycznej wskazały tylko dwie osoby, badane w Kijowie – może to dowodzić różnic w poziomie zaufania do partii politycznych. Respondenci na Tajwanie chętniej angażują się w działania oraz przynależność polityczną w formalnych ugrupowaniach, zaś na Ukrainie popularniejsza jest współpraca z NGO-sami, których przedmiotem działania jest kontrola władzy. To ustalenie, wynikające z badań, zostało jedynie zaznaczone w wynikach, nie było przedmiotem pogłębionej analizy, a zatem nie stanowi wniosku, który można byłoby traktować w kategoriach uniwersalnych.

Zamiast zakończenia – od happeningu do zmiany

W monografii omówiono tematykę odwołującą się do roli i znaczenia mediów społecznościowych w protestach społeczno-politycznych, poruszając zagadnienia teoretyczne oraz dokonując analizy wybranych *case studies* – od wybuchu protestów, jakie przekształcały się w happeningi (także sieciowe), aż do zaistnienia zmian politycznych lub społecznych. Wybrane do przeanalizowania przypadki wskazały dwie alternatywne drogi dochodzenia do zmian, zależne od systemu politycznego, wyznaczającego teoretycznie możliwości alternacji władzy. Zmiany ewolucyjne, jakie zaszły w Republice Chińskiej w reżimie demokratycznym, i zmiany rewolucyjne, które zaistniały na Ukrainie, gdzie zmiana władzy wystąpiła na skutek politycznego przesilenia. Inicjacja omówionych protestów wywołała szereg kolejnych, następujących po sobie wydarzeń, które implikowały mechanizmy partycypacji, jak również wytwarzały praktyki komunikowania się uczestników protestów, wpływając na poziom ich późniejszego uczestnictwa politycznego.

Proces badawczy zrealizowany metodą indukcyjną potwierdził przyjętą w metodologii hipotezę, iż zachodzi związek przyczynowo-skutkowy pomiędzy czynnym udziałem w protestach (przy jednoczesnym zaangażowaniu się jednostki w komunikację sieciową podczas ich trwania) a partycypacją polityczną, przejawiającą się zarówno w korzystaniu z mediów społecznościowych w procesie komunikowania politycznego, jak i w wyższym poziomie zaangażowania w aktywności polityczne po upływie kilku lat od zakończenia protestów. Ta korelacja została ustalona w drodze porównania postaw i aktywności tych uczestników, którzy w protestach przejawiali wyłącznie bierną postawę, śledząc ich przebieg w sieci, oraz tych, którzy osobiście zaangażowali się w wydarzenia, a ponadto korzystali z mediów społecznościowych, tworząc i udostępniając treści. W tym zakresie, korzystając z uzyskanych wyników w badaniach porównawczych zrealizowanych na Ukrainie, stwierdzono również, iż istotne dla poziomu partycy-

pacji politycznej jest nie tylko aktywne uczestnictwo w proteście, ale także tworzenie w tym czasie i udostępnianie w kanałach mediów społecznościowych własnych treści, stanowiących deklarację tożsamości indywidualnej użytkownika, powiązanej z kolektywną przynależnością do grupy, której wartości i idee jednostka podziela. Zrealizowany projekt badawczy wskazał nadto dwie dodatkowe zmienne, które mają znaczenie w procesach komunikowania politycznego. Pierwszą zmienną jest wiek badanych. Pomimo iż w badaniach wzięły udział wyłącznie młode osoby, a różnica wieku wynosiła nie więcej niż 2 lata na Ukrainie i 3 lata na Tajwanie, tendencja wskazująca na zainteresowanie tematyką komunikacji politycznej u starszych badanych jest wyraźna. Im starsi internauci, tym chętniej deklarowali zaangażowanie w procesy politycznego komunikowania sieciowego. Drugą zmienną jest czynnik determinacji, wpływający na motywacje uczestników wydarzeń do bezpośredniego udziału w protestach, jednocześnie stanowiąc kryterium wpływające na zróżnicowanie poziomu uczestnictwa politycznego u tych jednostek, które brały osobiście udział w wydarzeniach, i tych, które ich przebieg wyłącznie śledziły, wykorzystując w tym celu serwisy w mediach społecznościowych.

Przeprowadzone badania ujawniły, że istnieje korelacja pomiędzy reżimem władzy istniejącym w miejscu protestu a poziomem zaangażowania uczestników w procesy komunikowania politycznego, prowadzone zarówno podczas wydarzeń, jak i po ich zakończeniu, oddziałując tym samym na poziom politycznej partycypacji. Istotne znaczenie w tym miejscu należy także przypisać determinacji, która kształtowała typ partycypacji w protestach i wpływała na poziom zaangażowania politycznego kształtującego postawy i zachowania sieciowe jednostek już po zakończeniu wydarzeń. To ustalenie zostało szczególnie uzewnętrznione w badaniach przeprowadzonych na Ukrainie i zaprezentowanych w aspekcie porównawczym. W wynikach podkreślono, że respondenci biorący udział w badaniach w Lwowie, bardziej zmotywowani do bezpośredniego uczestnictwa w protestach, jakie miały miejsce w Kijowie, angażując się w ich przebieg osobiście, dowodzili większej determinacji w dążeniu do zmian. Po zakończeniu protestów osoby takie pozostały bardziej aktywne w przestrzeni politycznej oraz w prowadzeniu sieciowej komunikacji politycznej w porównaniu do swych kijowskich kolegów (por. wykresy 16 i 17).

Badania dowiodły nadto, że media społecznościowe, pełniąc istotną rolę w protestach społeczno-politycznych, nie przejawiają charakteru uniwersalnego. O ile na Ukrainie media społecznościowe, z których korzystano przed wydarzeniami EuroMajdanu, traktowano przede wszystkim jako kanały służące rozrywce i budowaniu relacji interpersonalnych w komunikowaniu zapośredniczonym, o tyle już podczas protestów stały się istot-

nym narzędziem zmiany politycznej i społecznej, pełniąc funkcję kanałów transferujących wartości demokratyczne, z których korzystali dziennikarze i blogerzy obywatelscy. Za sprawą transformacji w podejściu do roli mediów społecznościowych nadal są wzmacniane procesy zmian, w tym od 2014 roku zachodzi modernizacja ukraińskiego systemu medialnego. Na Tajwanie, gdzie reżim polityczny i system medialny różniły się znacząco od ukraińskich, media społecznościowe nie miały po zakończeniu protestów aż tak istotnego znaczenia dla wspierania zmian politycznych i społecznych, jakie zaszły w Republice Chińskiej¹. Fakt korzystania z tych kanałów podczas kampanii wyborczej w 2014 i 2016 roku przez ponad 80% badanych uznać należy raczej za naturalną konsekwencję istniejącego poziomu rozwoju technologicznego i udziału mediów społecznościowych wśród narzędzi używanych podczas codziennego komunikowania Tajwańczyków. Istotne różnice można zidentyfikować także w przypadku wówczas powstałych społeczności, które na Ukrainie nadal pozostają aktywne. Po przekształceniu się w serwisy informacyjne społeczności owe stały się komponentami systemu medialnego. Na Tajwanie po 2016 roku, kiedy doszło do zmiany władz państwowych, społeczności sieciowe – pomimo formalnej egzystencji – stopniowo wygaszały swoją aktywność. Natomiast to, co stanowi istotne ustalenie badawcze, to wskazanie przez respondentów w obu państwach najistotniejszej funkcji przypisywanej mediom społecznościowym podczas protestów, tj. tej, która wiąże się ze zwiększeniem zasięgu informacji o protestach, pozwalając na nadawanie wydarzeniom znaczenia w skali globalnej. Media alternatywne stanowią podstawowe i niezależne oraz autonomiczne wobec systemu medialnego narzędzie przekazu informacji wykorzystywane przez ruchy społeczne. Wykorzystanie mediów społecznościowych poprzez dostarczanie własnych treści, wolnych od edycji i niepoddanych konfrontacji z poglądami i racjami drugiej strony, pozwala aktywistom na zamierzone kształtowanie wpływu społecznego. Dystrybuowane za pośrednictwem serwisów społecznościowych treści mają zwykle charakter silnie oddziałujący emocjonalnie, co wpływa na kształtowanie się „social force”, czyli siły społecznej, która ma szansę oddziaływać na wzmacnianie zorganizowanych kolektywów (*collective*

¹ W listopadzie 2018 roku łącznie z wyborami samorządowymi na Tajwanie odbyło się referendum, w którym obywatelom Tajwanu zadano dziesięć pytań, w tym pytanie dotyczące zawierania małżeństw homoseksualnych. To zagadnienie w tajwańskiej przestrzeni publicznej pojawiło się po Rewolucji Słoneczników, jako postulat środowisk mniejszości seksualnych. Hasło było podnoszone także przez New Power Party – partię powstałą na bazie zasobów społecznych po deaktywizacji Sunflower Movement w kampanii wyborczej w 2016 roku. Tajwańczycy w referendum nie wyrazili zgody na zawieranie takich małżeństw.

force) i artykułować postulaty, wywierając wpływ społeczny i polityczny. Istotą przekazów w mediach społecznościowych jest ich charakter perswazyjny, cechujący przekaz kierowany sieciowo przez aktywistów i liderów protestów, którzy transferują postulaty dokonując framingu treści, poprzez wyłączenie innych alternatywnych racji z materiałów, które udostępniają – można to uznać za jedną z form manipulowania przekazem. Media alternatywne są uznawane za źródło informacji przez użytkowników sieci, którzy za ich pośrednictwem szukają informacji i przekazów, nadając walor obiektywizmu tym treściom, które nie zostały poddane edycji, ale udostępnione online przez innych użytkowników. Tym samym dostarczane sieciowo przekazy nie mają charakteru analizy, nie uwzględniają racji i stanowisk każdej ze stron, a ich głównym celem jest emocjonalne oddziaływanie na użytkowników sieciowych. Ci z racji wieku najczęściej pozostają wyłącznie w obszarze komunikacji z wykorzystaniem mediów społecznościowych, nie dokonują konfrontacji przekazów z treściami dostarczonymi przez inne środki masowego przekazu.

Troje amerykańskich badaczy: Lauren Copeland, Ariel Hasell i Bruce Bimber, prowadząc badania nad wykorzystaniem Twittera i framingiem przekazów w komunikacji politycznej prowadzonej przez ruchy społeczne, udowodnili, iż media społecznościowe (konkretnie badany przez nich Twitter) pełnią istotną rolę, pozwalając na kontynuowanie dyskursu także po zakończeniu wydarzeń, których dyskurs dotyczył. To powodowało, że tematyka nadal pozostawała przedmiotem zainteresowania, jednocześnie utrzymując poziom zaangażowania użytkowników². Udział w protestach społeczno-politycznych ma charakter inkluzywny, co przejawia się partycypacją opartą na podzielanej tożsamości kolektywnej. Nowe ruchy społeczne, jako odwołujące się do odmiennych wartości, opierają swoją aktywność na implementacji idei będących w kontrze do tych, które oferują podmioty, przeciwko którym owe ruchy podejmują działania. W procesach partycypacji coraz istotniejsze znaczenie przypisuje się transformacji kulturowej, która zachodzi w związku z kumulacją wiedzy i technologii (w przypadku Tajwanu sposób agregowania treści i ich przekazu przez aktywistów podczas trwania Rewolucji Słoneczników stanowił potwierdzenie zjawiska łączenia wiedzy i technologii)³. To pozwala na

² L. Copeland, A. Hasell, B. Bimber, *Collective Action Frames, Advocacy Organizations, and Protests Over Same-Sex Marriage*, „International Journal of Communication” 2016, Vol. 10, s. 3787–3790.

³ V.Y. Chao, *How Technology Revolutionized Taiwan's Sunflower Movement Facebook and Google, the Favored Tools of Dissidents, Are Now Shaping Taiwan's Relationship with China*, „The Diplomat”, 15.04.2014, <https://thediplomat.com/2014/04/how-technology-revolutionized-taiwans-sunflower-movement> [dostęp: 28.08.2018].

proces uczenia się przy pewnym poziomie ignorancji tradycyjnych wartości kulturowych, co ma bezpośredni związek ze zjawiskami globalizacji. W przypadku wykorzystania mediów społecznościowych w partycypacji politycznej zachodzącej podczas protestów społeczno-politycznych, za szczególnie istotną ich funkcjonalność należy uznać interaktywność. Pozwala ona na tworzenie i modyfikowanie treści, a prowadząc do wymiany informacji, umożliwia także współpracę, ułatwia tworzenie społeczności wokół idei, doprowadza do społecznego generowania treści i ich ciągłej ewolucji przy wykorzystaniu kolektywnej inteligencji. Nadto prowadzi do rozwoju wirtualnych więzi społecznych, wspierających kolektywną tożsamość jednostek biorących udział w wydarzeniach. Użytkownicy sieciowi są poddawani procesom uczenia się mechanizmów i zachowań obywatelskich poprzez udział w społecznościach, ale także dzięki naśladownictwu, wywołującemu silny mechanizm oddziałujący na postawy i zachowania sieciowe. Jak wskazały badania prowadzone po Rewolucji Parasolek w Hong Kongu wśród młodych ludzi, którzy również tam byli podstawową grupą zaangażowaną w protesty, naśladownictwo stanowiło najistotniejszą motywację do zaangażowania i udziału w wydarzeniach. Jednocześnie naśladownictwo wpływa na dalsze zaangażowanie, co wynika zwykle z faktu, że udział w protestach bywa pierwszym doświadczeniem politycznym młodego użytkownika⁴. Interaktywność wymaga aktywnego działania, zaangażowania we współtworzenie treści oraz dzielenie się nimi, co w przypadku protestów, jakie poddano analizie, miało charakter ograniczony. Poza studentami z Lwowa, którzy brali aktywny udział w kijowskim EuroMajdanie i tworzyli treści udostępniane następnie w sieci, pozostali badani (tak na Ukrainie – studenci z Kijowa, jak i na Tajwanie) częściej prezentowali bierny udział polegający na śledzeniu publikowanych informacji i ich dalszemu udostępnianiu. Aktywności sieciowe po zakończeniu protestów, w przypadku uczestników na Ukrainie (tutaj zidentyfikowano różnice, opisane w podsumowaniu części badawczej) i Tajwanie sprowadzają się do śledzenia treści, nie wykazując charakteru interaktywnego w kwestii procesów komunikowania politycznego.

W kilku miejscach monografii poruszono zagadnienie roli liderów podczas protestów, choć im samym nie poświęcono odrębnego miejsca w prowadzonych rozważaniach naukowych. Jak wskazały analizy *case studies*, rola liderów w przypadku obu protestów była istotna w przestrzeni zarządzania procesami komunikowania, które były prowadzone podczas protestów. W przypadku obu wydarzeń, liderzy kreowali treści wpływające

⁴ C.W. Lee, *Schools, Peers and the Political Socialization of Young Social Movement Participations in Hong Kong*, „Taiwan Journal of Democracy” 2016, Vol. 12 (2).

na kanalizowanie protestu w mediach społecznościowych, afektywnie oddziaływali poprzez tworzone przekazy na protestujących i otoczenie sieciowe, a także wyznaczali kierunki komunikowania w tworzonych przez siebie społecznościach. O ile w przypadku Tajwanu działania te były przemyślane, scentralizowane oraz wykorzystywały różnorodne narzędzia, dostosowane do konkretnych użytkowości, aby zwiększyć skuteczność przekazów, co wynikało wprost z poziomu rozwoju technologicznego i kompetencji użytkowników w Republice Chińskiej, o tyle liderzy protestu ukraińskiego przecierali szlaki, dążąc do efektywnej komunikacji sieciowej. Na Ukrainie nie tylko doszło do zmiany perspektywy w postrzeganiu mediów społecznościowych w roli kanałów dystrybucji treści demokratycznych, co w efekcie wywołało rewolucję komunikacyjną w dziennikarstwie ukraińskim, ale przede wszystkim zaczęto postrzegać narzędzia komunikowania sieciowego jako źródło potencjalnego oddziaływania politycznego. W wyniku wybuchu protestu rozpoczął się proces odchodzenia od prorosyjskich serwisów społecznościowych do globalnych kanałów, co było efektem również oddziaływania liderów, wyznaczających trendy i wskazujących platformy wirtualnego komunikowania. W odwołaniu do znaczenia liderów podczas protestów politycznych należy zwrócić uwagę na jeszcze jeden aspekt ich roli, jako podmiotów inicjujących kształtowanie opinii tworzącej problem, wokół którego mobilizują się użytkownicy i rozpoczynają protest. Jak wskazały badania, postawa w komunikowaniu politycznym, realizowanym poza protestami, przejawia na ogół charakter pasywny. Użytkownicy co prawda interesują się zagadnieniami politycznymi, angażując się nawet w działania polityczne, ale w komunikowaniu sieciowym nie dochodzi do interakcji, nie tworzy się opinia, w wyniku której rodziłby się problem, będący podstawą podejmowania działań. To aktywiści, którzy przyjmują rolę liderów protestów, posiadają zdolność kreowania opinii, wpływania na zaangażowanie użytkowników, którzy dostrzegają problem i potrzebę utworzenia wokół niego wspólnoty. Rola liderów protestów rozpoczyna się więc od ich zdolności powołania opinii, a następnie zagregowania wokół niej użytkowników, przekonanych do podejmowania działań.

Wykorzystana podczas badań metoda śledzenia procesu poprzez identyfikację przyczyny (typ udziału w proteście) i skutku (sposób zaangażowania politycznego po zakończeniu protestów) pozwoliła na ujawnienie korelacji wpływającej na dalsze zaangażowanie młodych użytkowników, jednocześnie identyfikując znaczenie protestów jako sposobu aktywizowania społeczeństwa obywatelskiego nie tylko podczas trwania wydarzeń, ale także po ich zakończeniu. Obserwując polityczne komunikowanie sieciowe zachodzące na Ukrainie można sformułować konkluzję, iż EuroMaj-

dan w warstwie narracyjnej jest wciąż obecny. Społeczności sieciowe, które powstały w związku z wybuchem protestów, kontynuują swoją aktywność (np. EuroMaidan Press, EuroMaydan czy EuroMaydan SOS), prowadząc serwisy informacyjne i dystrybuując treści, a przede wszystkim zachowując nazwy społeczności i serwisów internetowych, odwołując się do wydarzeń sprzed kilku lat. Takie zjawisko nie ma miejsca na Tajwanie, gdzie po zakończeniu wydarzeń, a następnie alternacji władzy w demokratycznej drodze wyborczej, tematyka związana z Rewolucją Słoneczników przestała istnieć w przestrzeni publicznej, a społeczności sieciowe, mimo ich dalszego istnienia, praktycznie nie kontynuują swojej aktywności.

Poddając refleksji zaangażowanie nowych ruchów społecznych w kreację i wzmacnianie społeczeństwa obywatelskiego, można wskazać dwójakie skutki wynikające ze zrealizowanych badań. Wśród studentów tajwańskich protesty miały znaczenie sygnalizacyjne. Nie wywołały istotnych zmian społecznych, a wyłącznie polityczne, polegające na alternacji władzy i obraniu innego kierunku w realizowanej polityce wewnętrznej i międzynarodowej. Społeczeństwo obywatelskie na Tajwanie pozostaje zorganizowane i aktywne, wydarzenia, które miały miejsce w 2014 roku, stanowiły przejaw aktywizacji nieformalnych grup społeczeństwa obywatelskiego, jakie doprowadziły do zamierzonych celów oraz do powstania nowej formalnej siły politycznej, tj. New Power Party, będącej w koalicji z rządzącą Demokratyczną Partią Postępu. Z kolei na Ukrainie, podobnie jak w innych krajach przechodzących przez etap zmian systemowych, społeczeństwo obywatelskie jest dopiero w fazie kreacji. Przejawem jego aktywizacji było rozbudzenie świadomości narodowej oraz zmiana orientacji politycznej, która pojawiła się na przełomie roku 2013 i 2014 wśród młodych Ukraińców. Jak piszą Mykola Buczyn i Halyna Ihnatiuk: „[...] pozytywnym osiągnięciem EuroMajdanu było tworzenie ukraińskiego politycznego narodu. Akcje protestacyjne zjednoczyły przedstawicieli różnych regionów, ideologii, poglądów politycznych dookoła pozycji państwowej, doprowadziły do tego, że nasz naród stał się silniejszy i bardziej zorganizowany”⁵. Z kolei ukraiński aktywista Rusłan Kocaba, odnosząc się do wzrostu ukraińskiego poczucia tożsamości, stwierdził: „Czy to czasem nie wzrosła liczba Ukraińców na terytorium, które kontroluje rząd ukraiński? O dziwo, terytorium Ukrainy zmniejszyło się, a liczba Ukraińców wzrosła”⁶.

⁵ M. Buczyn, H. Ihnatiuk, *EuroMajdan, jako forma samoorganizacji społeczeństwa obywatelskiego na Ukrainie*, [w:] *Ukraina po (Euro)majdanie. Od autorytaryzmu do protodemokracji*, red. A. Stelmach, L. Hurska-Kowalczyk, Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek 2016, s. 107.

⁶ Cyt. za: ibidem, s. 107.

Odwołując się do wyników badań, podkreślenia wymaga fakt, iż poziom zaangażowania politycznego młodych Ukraińców, wynikający z osobistego uczestnictwa w wydarzeniach, stanowił nie tylko efekt korzystania z praw obywatelskich, ale był także przejawem zidentyfikowanej potrzeby zmian – odmiennie niż w przypadku Tajwanu, gdzie wartości demokratyczne i pluralizm mediów były obecne w życiu młodych ludzi, a skorzystanie z wiedzy i dostępnych technologii informacyjno-komunikacyjnych ułatwiło im organizację i realizację protestów. Jak wskazuje Paul Martin Lester, dla kreacji społeczeństwa obywatelskiego istotne są bodźce edukacyjne pobudzające świadome używanie mediów społecznościowych, które będą prowadzić nie tylko do zwiększania wiedzy i innowacyjności w komunikacji, ale także utrzymywać zaangażowanie, niezbędne do kreacji społeczeństwa obywatelskiego⁷. Przyjmując, że organizacja i realizacja protestów społeczno-politycznych stanowi jedną z form partycypacji politycznej i może wykazywać potencjał aktywizujący jednostki biorące udział w wydarzeniach, protesty można traktować jako element wspierający i aktywizujący społeczeństwo obywatelskie.

Spółeczeństwo obywatelskie w kontekście aktywności nowych ruchów społecznych może być przedmiotem kreacji w drodze uwzględniania interesów konkurujących ze sobą ruchów społecznych i partii politycznych. Helen Margetts, Peter John, Scott Hale i Taha Yasseri twierdzą, że we współczesnym życiu politycznym panuje duża nieprzewidywalność, jeśli chodzi o wpływ społeczny, rośnie natomiast poziom przewidywalności w mediach społecznościowych. W dobie *social media* działania polityczne mogą być bardzo burzliwe. Jak pokazują przykłady petycji składanych on-line za pośrednictwem platform internetowych, ich skuteczność jest bardzo wysoka, o ile podczas pierwszego dnia, kiedy petycja staje się publiczną, uda się nadać jej znaczenie i efektywnie ją upublicznić, angażując wokół sprawy zainteresowanie użytkowników sieciowych. Wczesna popularność wpływa na to, że zainteresowanie sprawą poruszoną w petycji rośnie, a wzrost ten ma charakter samoczynnie się napędzający⁸. Jak twierdzą Deana A. Rohlinger, Leslie A. Bunnage i Jesse Klein, grupy aktywistów mogą coraz skuteczniej konkurować o członków i wsparcie w erze cyfrowej. Skutecznie reprezentując problemy z wielu dziedzin polityki, jednocześnie utrzymując szerokie wsparcie, mobilizując miliony i angażując uczestników w działania, nowe ruchy społeczne stają się ważnym aktorem na scenie politycznej.

⁷ P.M. Lester, *Digital Innovations for Mass Communications: Engaging the User*, New York – London: Routledge 2013, s. 18.

⁸ H. Margetts, P. John, S. Hale, T. Yasseri, *Political Turbulence: How Social Media Shape Collective Action*, Princeton: Princeton University Press 2016, s. 95–99.

Tym samym w społeczeństwie obywatelskim ruchy społeczne wywierają coraz silniejszą presję na partie polityczne, które przestają być konkurencyjne wobec ruchów społecznych w ich zdolności do aktywizowania obywateli „za” lub „przeciw” realizowanej polityce. Cytowani autorzy, podkreślając rosnącą siłę nowych ruchów społecznych względem partii politycznych, zwracają uwagę na ich siłę, wynikającą tak ze zdolności mobilizacji (głównie za sprawą ICT), jak i zarazem pozbawiania partii źródeł finansowania, które darczyńcy wolą kierować do grup aktywistów, skuteczniejszych w osiąganiu celów⁹. Wracając do cytowanych we wstępie słów aktywisty, organizującego protesty społeczno-polityczne, który podkreślał, iż czas technooptymistów, wierzących w to, że dzięki sieciom społecznym i technologii informacyjno-komunikacyjnej udaje się osiągać cele, bezpowrotnie minął. Dziś od nowych ruchów społecznych i ich liderów wymaga się strategicznego postępowania, które pozwoli przy wykorzystywanych zasobach na osiągnięcie zamierzanych celów, co więcej – będzie oddziaływało także na wzrost znaczenia tych podmiotów społeczeństwa obywatelskiego, które podejmują aktywności w roli kontestującej rzeczywistość. Tym samym, wykorzystując wiedzę i technologię, nowe ruchy społeczne mogą stać się nie tylko jednym z istotniejszych podmiotów wpływających na aktywność polityczną użytkowników sieciowych, ale także aktorem kreującym nowe ugrupowania polityczne, których rola, dzięki utrzymaniu zaangażowania politycznego, będzie rosnąć. Można zatem przyjąć, że media społeczno-sciowe, jako kanały niezależnej komunikacji, pełnią istotną rolę w procesie organizacji, inicjowania i aktywności ruchu społecznego, natomiast do samego procesu zmian nie są już wystarczające. Zmiany zachodzą przy udziale podmiotów politycznych, jakimi są partie polityczne wykazujące potencjał przejęcia ideologii ruchu albo też będące następcami ruchu, powstałymi na płaszczyźnie zasobów wygenerowanych i utrzymanych przez aktywistów.

Reasumując, walor utylitarny monografii w jej ustaleniach empirycznych pozwala na efektywny dobór kanałów komunikowania, biorąc pod uwagę zakładane przez aktywistów cele oraz umożliwia skuteczne budowanie przekazów, o ile aktywiści zakładają mobilizację zasobów nie tylko podczas samych protestów, ale także po ich zakończeniu, aby pozostawać obecnymi w przestrzeni publicznej. Zdolność mobilizacji zasobów poprzez zaangażowanie jednostek do czynnego uczestnictwa przy jedno-

⁹ D.A. Rohlinger, L.A. Bunnage, J. Klein, *Virtual Power Plays: Social Movements, Internet Communication Technology, and Political Parties*, [w:] *The Internet and Democracy in Global Perspective*, red. B. Grofman, A. H. Trechsel, M. Franklin, Basel: Springer International Publishing 2014, s. 288–369.

czesnym korzystaniu z mediów społecznościowych będzie pozwalała aktywistom na odwoływanie się do zgromadzonego kapitału społecznego, również po zakończeniu protestów. Tym samym zidentyfikowane różnice w typie uczestnictwa stanowią istotną zmienną w procesie strategicznego zarządzania protestami oraz planowania zagospodarowania zasobów po ich zakończeniu.

Bibliografia

- Alexander J.C., *The Civil Sphere*, New York – Oxford: Oxford University Press 2006.
- Almeida P., *Social Movement Partyism: Collective Action and Political Parties*, [w:] *Strategic Alliances: New Studies of Social Movement Coalitions*, red. N. Van Dyke, H. McCammon, Minneapolis: Rowman & Littlefield 2010.
- Almond G.A., Powell B.G., *Comparative Politics. A Developmental Approach*, Boston: Little, Brown and Company 1966.
- Anderson A.G., *Media, Environment and the Network Society*, Hampshire – New York: Palgrave Macmillan 2014.
- Anholt S., *Sprawiedliwość marek. Jak branding miejsc i produktów może uczynić kraj bogatym, dumnym i pewnym siebie*, tłum. M. Hereźniak, M.A. Boruc, Warszawa: Instytut Marki Polskiej 2006.
- Antoszewski A., *Systemy wyborcze*, [w:] *Demokracje zachodnioeuropejskie. Analiza porównawcza*, red. A. Antoszewski, R. Herbut, Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego 1997.
- Antoszewski A., *Wzorce rywalizacji politycznej we współczesnych demokracjach europejskich*, Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego 2004.
- Antoszewski A., *Funkcje eurowyborów*, [w:] *Wybory do Parlamentu Europejskiego w 2004 roku na Dolnym Śląsku i Opolszczyźnie*, red. A. Antoszewski, Wrocław: Wydawnictwo Profil 2006.
- Atton Ch., *Alternative and Citizen Journalism*, [w:] *The Handbook of Journalism Studies*, Vol. 3, red. H. Trumber, London – New York: Routledge 2009.
- Babbie E., *Badania społeczne w praktyce*, tłum. W. Betkiewicz et al., Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN 2004.
- Bailey O.G., Cammaerts B., Carpentier N., *Media alternatywne*, tłum. A. Gąsior-Niemiec, Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego 2012.

- Bal M., *Performans i performatywność*, [w:] M. Bal, *Wędrujące pojęcia w naukach humanistycznych*, tłum. M. Bucholc, Warszawa: Narodowe Centrum Kultury 2012.
- Balawajder E., *Demokracja w świecie wartości*, [w:] *Spółeczeństwo obywatelskie. Modele teoretyczne i praktyka społeczna*, red. E. Balawajder, Lublin: Wydawnictwo Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego 2007.
- Baran S.J., Davis D.K., *Teorie komunikowania masowego*, tłum. A. Sadza, Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego 2007 [cop.].
- Barber B., *Dżihad kontra McŚwiat*, tłum. H. Jankowska, Warszawa: Wydawnictwo Muza 2001.
- Bard A., Soderqvist J., *Netokracja. Nowa elita władzy i życie po kapitalizmie*, tłum. P. Cypriański, Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne 2006.
- Barney D., *Spółeczeństwo sieci*, tłum. M. Fronia, oprac. K. Nadana, Warszawa: Wydawnictwo Sic! 2008.
- Baudrillard J., *Symulakry i symulacja*, tłum. S. Królak, Warszawa: Wydawnictwo Sic! 2005.
- Baudrillard J., *Spółeczeństwo konsumpcyjne: jego mity i struktury*, tłum. S. Królak, Warszawa: Wydawnictwo Sic! 2006.
- Bauman Z., *Spółeczeństwo w stanie obłączenia*, Warszawa: Wydawnictwo Sic! 2006.
- Beach D., Pedersen R.B., *Causal Case Study Methods. Foundations and Guidelines for Comparing, Matching and Tracing*, Ann Arbor: University of Michigan Press 2016.
- Beetham D., *Legitymizacja władzy*, [w:] *Władza i społeczeństwo. Antologia tekstów z socjologii polityki. Wybór*, red. J. Szczupaczyński, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar 1995.
- Bessant J., *Democracy Bytes New Media, New Politics and Generational Change*, London – New York: Palgrave MacMillan 2014.
- Bielska E., *Koncepcje oporu we współczesnych naukach społecznych. Główne problemy, pojęcia, rozstrzygnięcia*, Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego 2013.
- Blackmore S., *Memetics Does Provide a Useful Way of Understanding Cultural Evolution*, [w:] *Contemporary Debates in Philosophy of Biology*, red. F. Ayala, R. Arp, Oxford: Blackwell Publishing 2010.
- Blumer J., Gurevitch M., *The Crisis of Public Communication*, London – New York: Routledge 1995.
- Bode L., *Political News in the News Feed: Learning Politics from Social Media*, „Mass Communication and Society” 2015, Vol. 19 (1).
- Bolton M., *Power Protest. Jak protestować skutecznie*, tłum. J. Bożek, Warszawa: Warszawskie Wydawnictwo Literackie Muza 2018.

- Bond R.M. et al., *A 61-million-person Experiment in Social Influence and Political Mobilization*, „Nature” 2012, Vol. 489.
- Bourdieu P., *Social Space and Symbolic Power*, „Sociological Theory” 1989, Vol. 1.
- Bourdieu, P., Wacquant, L.J.D., *An Invitation to Reflexive Sociology*, Chicago: University of Chicago Press 1992.
- Buczyn M., Ihnatiuk H., *EuroMajdan, jako forma samoorganizacji społeczeństwa obywatelskiego na Ukrainie*, [w:] *Ukraina po (Euro)majdanie. Od autorytaryzmu do protodemokracji*, red. A. Stelmach, L. Hurska-Kowalczyk, Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek 2016.
- Buhmann A., Ingenhoff D., *The 4D Model of the Country Image: An Integrative Approach from the Perspective of Communication Management*, „The International Communication Gazette” 2015, Vol. 77 (1).
- Bulira W., *Nowe ruchy społeczne: nowa jakość w polityce ponowoczesnej?*, [w:] *Nowe ruchy społeczne*, red. M. Marczevska-Rytke, D. Maj, Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej 2017.
- Carpentier N., *Media and Participation: A Site of Ideological-democratic Struggle*, Chicago: Chicago Press 2011.
- Cassirer E., *The Myth of the State*, New Haven: Yale University Press 1946.
- Castells M., *Galaktyka Internetu. Refleksje nad Internetem, biznesem i społeczeństwem*, tłum. T. Hornowski, Poznań: Dom Wydawniczy Rebis 2003.
- Castells M., *Siła tożsamości*, tłum. S. Szymański, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN 2009.
- Castells M., *Spółeczeństwo sieci*, tłum. M. Marody, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN 2010.
- Castells M., *Władza komunikacji*, tłum. J. Jedliński, P. Tomanek, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN 2013.
- Castells M., *Sieci oburzenia i nadziei. Ruchy społeczne w erze Internetu*, tłum. O. Siara, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN 2013.
- Castles S., Miller M.J., *Migracje we współczesnym świecie*, tłum. A. Gąsior-Niemiec, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN 2011.
- Christakis N., Fowler J., *Connected: the Surprising Power of Our Social Networks and How They Shape Our Lives*, New York: Back Bay Books 2009.
- Cialdini R., *Wywieranie wpływu na ludzi. Teoria i praktyka*, tłum. B. Wojciszke, Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne 2003.
- Copeland L., Hasell A., Bimber B., *Collective Action Frames, Advocacy Organizations, and Protests Over Same-Sex Marriage*, „International Journal of Communication” 2016, Vol.10.
- Dahl R.A., *Polyarchy, Participation and Opposition*. New Haven: Yale University Press 1971.

- d'Astous A., Boujbel L., *Positioning Countries on Personality Dimensions: Scale Development and Implications for Country Marketing*, „Journal of Business Research” 2007, Vol. 3.
- Dahlgren P., *The Political Web, Media, Participation and Alternative Democracy*, New York: Palgrave Macmillan 2013.
- Dalton R.J., Klingemann H.-D., *Obywatele a zachowania polityczne*, [w:] *Zachowania polityczne*, t. 1, tłum. A. Brzóska et al., red. R.J. Dalton, H.-D. Klingemann, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN 2010.
- Dawkins R., *Samolubny gen*, tłum. M. Skoneczny, Warszawa: Pruszyński i S-ka 2007.
- Davison P., *The Language of Internet Memes*, [w:] *The Social Media Reader*, red. M. Mandiberg, New York: University Press 2012.
- Debord G., *Społeczeństwo spektaklu*, tłum. A. Ptaszkowska, Gdańsk: Słowo/Obraz Terytoria 1998.
- Della Porta D., Diani M., *Ruchy społeczne. Wprowadzenie*, tłum. A. Sadza, Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego 2009 [cop.].
- Denton R., Woodward G., *Political Communication in America*, London: Praeger 1998.
- Dice M., *The True Story of Fake News: How Mainstream Media Manipulates Millions*, [s.l.]: The Resistance Manifesto 2017.
- Di Grazia J., *Individual Protest Participation in the United States: Conventional and Unconventional Activism*, „Social Sciences Quarterly” 2014, Vol. 95.
- Dijk van J., *Społeczne aspekty nowych mediów. Analiza społeczeństwa sieci*, tłum. J. Konieczny, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN 2010.
- Dobek-Ostrowska B., *Komunikowanie polityczne i publiczne*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN 2012.
- Dombrowsky D., *Constructing Identity on Social Networks. An Analysis of Competences of Communication Constructed on facebook.com*, „Central European Journal of Communication” 2012, Vol. 8.
- Dubrow J.K., Slomczynski K.M., Tomescu-Dubrow I., *Effects of Democracy and Inequality on Soft-Political Protest in Europe: Exploring the European Social Survey Data*, „International Journal of Sociology” 2008, Vol. 38 (3).
- Durkheim É., *Elementarne formy życia religijnego. System totemiczny w Australii*, tłum. A. Zadrożyńska, Warszawa: PWN 1990.
- Edwards G., *Social Movements and Protests*, Cambridge: University Press 2014.
- Eisenstadt S.N., *Utopia i nowoczesność*, tłum. A. Ostolski, Warszawa: Oficyna Naukowa 2009.

- Eisenstadt S.N., Giesen B., *The Construction of Collective Identity*, „European Journal of Sociology” 1995, Vol. 36.
- Ekiert G., Kubik J., *Protesty społeczne w nowych demokracjach: Polska, Słowacja, Węgry i Niemcy Wschodnie (1989–1994)*, „Studia Socjologiczne” 1997, nr 4.
- Elias N., *The Symbol Theory*, London: Sage 1991.
- El-Nawawy M., Khamis S., *Egyptian Revolution 2.0. Political Blogging, Civic Engagement, and Citizen Journalism*, New York: Palgrave Macmillan 2013.
- Encyklopedia politologii*, t. 4: *Mysł społeczna i ruchy polityczne współczesnego świata*, red. M. Marczevska-Rytke, E. Olszewski, Kraków: Zakamycze 2000.
- Eyerman R., *Modernity and Social Movements*, [w:] *Social Change and Modernity*, red. H. Haferkamp, N.J. Smelser, Oxford: University of California Press 1992.
- Eyerman R., *Performing Opposition or, How Social Movements Move*, [w:] *Social Performance: Symbolic Action, Cultural Pragmatics, and Ritual*, red. J.C. Alexander, B. Giesen, J.L. Mast, Cambridge: Cambridge University Press 2006.
- Fetscherin M., Lattemann C., Lang G., *Virtual Worlds Research: A Conceptual Primer*, „Journal of Electronic Commerce Research” 2008, Vol. 9 (3).
- Flam H., *Emotions’ Map: A Research Agenda*, [w:] *Emotions and Social Movements*, red. H. Flam, D. King, New York: Routledge 2005.
- Fraser L., *Propaganda*, London: Oxford University Press 1957.
- Fromm E., *Współczesne społeczeństwo technologiczne*, [w:] *Nowe media w komunikacji społecznej w XX wieku*, red. M. Hopfinger, Warszawa: Oficyna Naukowa 2005.
- Fuchs Ch., *Social Media: A Critical Introduction*, London: Sage 2013.
- Fukuyama F., *Zaufanie. Kapitał społeczny a droga do dobrobytu*, tłum. A. i L. Śliwa, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN 1997.
- Fukuyama F., *Budowanie państwa. Władza i ład międzynarodowy w XXI wieku*, tłum. J. Serwański, Poznań: Wydawnictwo Rebis 2005.
- Foucault M., *Archeologia wiedzy*, tłum. A. Siemek, Warszawa: Państwowy Instytut Wydawniczy 1977.
- Garcelon M., *The ‘Indymedia’ Experiment. The Internet as Movement Facilitator Against Institutional Control*, „Convergence” 2006, Vol. 12 (1).
- Garland Ch., *As Barriers Fall, Contingency Becomes Possibility*, [w:] *Protests as Events. Politics, Activism and Leisure*, red. I.R. Lamond, K. Spracklen, London: Rowman & Littlefield 2015.

- Gerbaudo P., *Populism 2.0*, [w:] *Social Media, Politics and the State: Protests, Revolutions, Riots, Crime and Policing in the Age of Facebook, Twitter and YouTube*, red. C. Fuchs, D. Trottier, London: Routledge 2014.
- Gerbaudo P., Trere E., *In Search of the 'We' of Social Media Activism: Introduction to the Special Issue on Social Media and Protest Identities*, „Information, Communication & Society” 2015, Vol. 18 (8).
- Giansante G., *Online Political Communication: How to Use the Web to Build Consensus and Boost Participation*, Basel: Springer International Publishing 2015.
- Giddens A., *Socjologia*, tłum. O. Siara, A. Szulżycka, P. Tomanek, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN 2006.
- Gill R., *Discourse Analysis: Practical Implementation*, [w:] *Handbook of Qualitative Methods for Psychology and the Social Sciences*, red. J. Richardson, Leicester: British Psychological Society 1996.
- Gil de Zúñiga H., Puig-i-Abril E., Rojas H., *Weblogs, Traditional Sources and Political Participation: An Assessment of How the Internet Is Changing the Political Environment*, „New Media and Society” 2009, Vol. 11 (4).
- Goffman E., *Człowiek w teatrze życia codziennego*, tłum. H. Datner-Śpiewak, P. Śpiewak, oprac. J. Szacki, Warszawa: Wydawnictwo KR 2000.
- Gogołek W., *Komunikacja sieciowa. Uwarunkowania, kategorie i paradoksy*, Warszawa: Oficyna Wydawnicza Aspra-JR 2010.
- Goldstein J., *The Role of Digital Networked Technology in The Ukrainian Orange Revolution*, Research Publication (2007–2014), The Berkman Center for Internet & Society at Harvard Law School, Cambridge 2007.
- Golinowski J., *Interakcyjny charakter zachowań współczesnego lidera politycznego i jego marketingowe oblicze*, [w:] *Nowe media we współczesnym społeczeństwie*, red. M. Jezierski, A. Seklecka, Ł. Wojtkowski, Toruń: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika 2011.
- Gorman L., McLean D., *Media i społeczeństwo. Wprowadzenie historyczne*, tłum. A. Sadza, Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego 2009.
- Graszewicz M., Lewiński D., *Wstęp do systemowej teorii Internetu*, [w:] *Nowe media we współczesnym społeczeństwie*, red. M. Jezierski, A. Seklecka, Ł. Wojtkowski, Toruń: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika 2011.
- Griffith-Traversy M.A., *Demokracja, parlament i systemy wyborcze*, tłum. M. Czekanski, Warszawa: Vizja Press & It 2007.
- Habermas J., *Teoria działania komunikacyjnego*, t. 1: *Racjonalność działania a racjonalność społeczna*, tłum. A.M. Kaniowski, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN 1999.

- Habermas J., *Teoria działania komunikacyjnego*, t. 2: *Przyczynek do krytyki rozumu funkcjonalnego*, tłum. A.M. Kaniowski, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN 2002.
- Habermas J., *Faktyczność i obowiązki. Teoria dyskursu wobec zagadnień prawa i demokratycznego państwa prawnego*, tłum. A. Romaniuk, R. Marszałek, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar 2006.
- Hackett R.A., Carroll W.K., *Remaking Media: The Struggle to Democratize Public Communication*, New York – London: Routledge 2006.
- Hall S., *Kodowanie i dekodowanie*, tłum. W. Lipnik, I. Siwiński, „Przekazy i Opinie” 1987, nr 1–2.
- Hałas E., *Symbole i społeczeństwo. Szkice z socjologii interpretacyjnej*, Warszawa: Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego 2007.
- Harrebye S.F., *Social Change and Creative Activism in the 21st Century*, New York: Palgrave Macmillan 2016.
- Harrison T., Barthel B., Fielding B., *New Media in Web 2.0: Exploring the History of Engagement with the Collaborative Construction of Media Products*, „New Media & Society” 2009, Vol. 11.
- Hejl P., *Technology, Data, Relevancy: A Cultur-Theoretical Look at the Internet*, [w:] *Classification, Data Analysis, and Data Highways*, red. I. Balderjahn, R. Mathar, M. Schader. Berlin–Heidelberg: Axel Springer Verlag 1998.
- Hereźniak M., *Marka narodowa. Jak skutecznie budować wizerunek i reputację kraju*, Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne 2011.
- Hochschild A.R., *Zarządzanie emocjami. Komercjalizacja ludzkich uczuć*, tłum. J. Konieczny, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN 2009.
- Hofstede G., Hofstede G.J., Minkow M., *Kultury i organizacje. Zaprogramowanie umysłu*, tłum. M. Durska, Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne 2011.
- Hubenko D., Wall M., *The Networked Public Sphere in Ukraine*, [w:] *Social Media and Politics in Central and Eastern Europe*, red. P. Surowiec, V. Stetka, London – New York: Routledge 2018.
- Hurska-Kowalczyk L., *Demokracja mityngowa na Ukrainie. Od Rewolucji na granicę do Rewolucji Godności*, [w:] *Ukraina po (Euro)majdanie. Od autorytaryzmu do protodemokracji*, red. A. Stelmach, L. Hurska-Kowalczyk, Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek 2016.
- Inglehart R., *Modernization and Postmodernization; Cultural, Economic and Political Change in 43 societies*, Princeton: Princeton University Press 1997.
- Ijiri H., *Taiwan's 'pragmatic diplomacy' and its Implications for the Chinese Mainland, Japan, and the World*, [w:] *Taiwan's Expanding Role in the*

- International Arena*, red. H. Maysing, M.E. Yang, New York: Shape Inc. 1997.
- Jenkins J.C., Klandermans B., *The Politics of Social Protest*, [w:] *The Politics of Social Protest. Comparative Perspective on States and Social Movements*, red. J.C. Jenkins, B. Klandermans, London: UCL Press 1995.
- Jenkins J.C., Form W.H., *Social Movement and Social Change*, [w:] *Handbook of Political Sociology: States, Civil Societies and Globalization*, red. T. Janoski et al., Cambridge: Cambridge University Press 2005.
- Jenkins H., *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, tłum. M. Bernatowicz, M. Filiciak, Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne 2008.
- Jenkins H., Mizuko I., boyd d., *Participatory Culture in a Networked Era: A Conversation on Youth, Learning, Commerce, and Politics*, Cambridge: Polity Press 2016.
- Jensen J.E., „Interactivity”. *Tracking a New Concept, in Media and Communication Studies*, „Nordicom Review” 1998, Vol. 1.
- Jovett G.S., O'Donnel V., *Propaganda and Persuasion*, Thousand Oaks: Sage Publications 1999.
- Jung T., Youn H., McClung S., *Motivations and Self-Presentation Strategies on Korean-Based 'Cyworld' Weblog Format Personal Homepages*, „CyberPsychology & Behavior” 2007, Vol. 10 (1).
- Juris J.S., *The New Digital Media and Activist Networking within Anti-Corporate Globalization Movements*, „Annals of the American Academy of Political and Social Science” 2005, Vol. 597.
- Juris J.S., *Networking Futures, The Movements Against Corporate Globalization*, Durham: Duke University Press 2008.
- Juris J., Ronayne M., Shokooh-Valle F., Wengronowitz R., *Negotiating Power and Difference within the 99%*, „Social Movement Studies” 2012, Vol. 11 (3–4).
- Kacała T., Lipińska J., *Komunikacja strategiczna i Public Affairs*, Warszawa: Wojskowe Centrum Edukacji Obywatelskiej 2017.
- Kahn R., Kellner D., *Oppositional Politics and the Internet: A Critical/Reconstructive Approach*, „Cultural Politics” 2005, Vol. 1 (1).
- Kamińska M., *Wicked Memes – Eleven Lectures About Internet Culture*, Poznań: Galeria Miejska Arsenal 2011.
- Katrzyńska S., Ponichter M., *Kiedy obraz jest łącznikiem – o interakcjach zawieszonych w sieci*, [w:] *Obrazy w sieci. Socjologia i antropologia ikonosfery Internetu*, red. T. Ferenc, K. Olechnicki, Toruń: Wydawnictwo Uniwersytetu Mikołaja Kopernika 2008.
- Karnat-Napieracz A., *Społeczne uwarunkowania indywidualistycznego modelu socjalizacji w Polsce współczesnej*, [w:] *Dylematy Tożsamości. Stare*

- i nowe konteksty socjalizacji*, red. Z. Pucek, Kraków: Oficyna Wydawnicza AFM 2007.
- Keen A., *Kult amatora. Jak internet niszczy kulturę*, Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne 2007.
- Kempy M., *Fragmentaryzacja tradycji jako element globalizacji w kontekście ewolucji społeczeństw postkomunistycznych*, [w:] *Imponderabilia wielkiej zmiany*, red. P. Sztompka, Warszawa–Kraków: Wydawnictwo Naukowe PWN 1999.
- Kent M., *Critical Analysis of Blogging in Public Relations*, „Public Relations Review” 2008, Vol. 34 (1).
- Kershaw I., *How Effective Was Nazi Propaganda?*, [w:] *The Power and the Limitations*, red. D. Welch, London: Routledge 1983.
- Kietlińska K., *Rola trzeciego sektora w społeczeństwie obywatelskim*, Warszawa: Wydawnictwo Difin 2010.
- Kim K.-H., Yun H., *Cying for Me, Cying for Us: Relational Dialectics in a Korean Social Network*, „Site Journal of Computer-Mediated Communication” 2007, Vol. 13 (1).
- King S.W., *Communication and Social Influence*, Boston: Addison-Wesley Publishing Company 1975.
- Kitschelt H., *Movement Parties*, [w:] *Handbook of Party Politics*, red. W.J. Crotty, R.S. Katz, London: Sage 2006.
- Koopmans R., *Ruchy społeczne*, [w:] *Zachowania polityczne*, t. 2, tłum. A. Brzóska et al., red. R.J. Dalton, H.-D. Klingemann, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN 2010.
- Kozłowska A., *Oddziaływanie mass mediów*, Warszawa: Oficyna Wydawnicza SGH 2006.
- Krajewski M., *Kultury kultury popularnej*, Poznań: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Adama Mickiewicza 2005.
- Krajewski M., *Wstęp*, [w:] *Deindywiduacja. Socjologia zachowań zbiorowych*, red. M. Krajewski, Warszawa: Fundacja Bęc Zmiana 2014.
- Krzysztofek K., *Internet uspołeczniony: Web 2,0 jako zmiana kulturowa*, [w:] *Nowe media i komunikowanie wizualne*, red. P. Francuz, S. Jędrzejewski, Lublin: Wydawnictwo Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego 2010.
- Krzysztofek K., *Świat w wersji hiper – od hipermedium do hiperspołeczeństwa*, [w:] *Kulturowe kody technologii cyfrowych*, red. P. Celiński, Lublin: Wydawnictwo WSPA 2011.
- Krzyżanowski M., *Konstrukcja tożsamości narodowych i europejskich w polskim dyskursie politycznym po roku 1989: analiza dyskursywno-historyczna*, [w:] *Krytyczna analiza dyskursu. Interdyscyplinarne podejście*

- do komunikacji społecznej*, red. F. Fairclough, A. Duszak, Kraków: TA-iWPN Universitas 2008.
- Kuczyńska A., *Social media a działania obywatelskie*, [w:] *Nowe media. Między dziennikarstwem obywatelskim a polityką*, red. M. Jezierski, A. Seklecka, Ł. Wojtkowski, Toruń: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika 2014.
- Kunczik M., Zipfel A., *Wprowadzenie do nauki o dziennikarstwie i komunikowaniu*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar 2000.
- Kuszykiewicz A., *Dyplomacja cyfrowa w dobie mediów społecznościowych*, [w:] *Dyplomacja publiczna wobec wyzwań współczesnego świata*, red. M. Miedzińska, A. Kuszykiewicz, Warszawa: Oficyna Wydawnicza Aspra-JR 2017.
- Laer Van J., Aelst Van P., *Cyber-protest and Civil Society: The Internet and Action Repertoires of Social Movements*, [w:] *Handbook of Internet Crime*, red. Y. Jewkes, Y. Majid, Portland: Universia Press 2009.
- Lamond I.R., Spracklen K., *Protests as Events. Politics, Activism and Leisure*, London–New York: Rowman & Littlefield 2015.
- La Rosa A., *Social Media and Social Movements Around the World Lessons and Theoretical Approaches*, [w:] *Social Media in Politics: Case Studies on the Political Power of Social Media*, red. B. Pătruț, M. Pătruț, Basel: Springer International Publishing 2014.
- Lasswell H., *The Theory of Political Propaganda*, „The American Political Science Review” 1927, Vol. 21 (3).
- Le Bon G., *Psychologia tłumy*, tłum. B. Kaprocki, wstęp S. Mika, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN 1994.
- Lee C.W., *Schools, Peers and the Political Socialization of Young Social Movement Participations in Hong Kong*, „Taiwan Journal of Democracy” 2016, Vol. 12 (2).
- Lester P.M., *Digital Innovations for Mass Communications: Engaging the User*, New York – London: Routledge 2013.
- Levinson P., *Miękkie ostrze, czyli historia i przyszłość rewolucji informatycznej*, Tłum. H. Jankowska, Warszawa: Wydawnictwo Muza 2006.
- Levinson P., *Nowe nowe media*, tłum. M. Zawadzka-Strączek, Kraków: Wydawnictwo WAM 2010.
- Lévy P., *Collective Intelligence: Mankind's Emerging World in Cyberspace*, Cambridge: Perseus Books 1997.
- Lievrouw L.A., *Media alternatywne i zaangażowanie społeczne*, tłum. M. Klimowicz, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN 2012.
- Lievrouw L.A., Livingstone S., *Handbook of New Media: Social Shaping and Social Consequences – Fully Revised Student Edition*, London: Sage 2006.

- Lilleker D.G., *Political Communication and Cognition*, Basingstoke: Palgrave Macmillan 2014.
- Lomasky L.E., *Classical Liberalism and Civil Society*, [w:] *Alternative Conceptions of Civil Society*, red. S. Chambers, W. Kymlicka, Princeton: Princeton University Press 2002.
- Luhmann N., *Risk: A Sociological Theory*, New York: Walter de Gruyter 1995.
- Łączyński M., *Analiza wizerunku*, [w:] *Metody badania wizerunku w mediach*, red. T. Gackowski, M. Łączyński, Warszawa: Wydawnictwo CeDeWu 2009.
- Łoś R., *Soft power we współczesnych stosunkach międzynarodowych*, Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego 2017.
- Mach B.W., *Demokracja inkluzywna: jej treść i kontury*, [w:] *Obciążeni polityką posłowie i partie*, red. W. Wesołowski, Warszawa: Wydawnictwo IFiS PAN 2001.
- McNair B., *An Introduction to Political Communication*, London, New York: Routledge 1995.
- McQuail D., *Media Performance: Mass Communication and the Public Interest*, London: Sage 1992.
- McQuail D., *Teoria komunikowania masowego*, tłum. M. Bucholc, A. Szulczycka, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN 2012.
- Madej K., *Interactivity, Collaboration, and Authoring in Social Media*, Basel: Springer 2016.
- Maffesoli M., *Czas plemion. Schyłek indywidualizmu w społeczeństwach postnowoczesnych*, tłum. M. Bucholc, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN 2008.
- Magoska M., *Obywatel w procesie zmian*, Kraków: Księgarnia Akademicka 2001.
- Majorek M., *Kod YouTube. Od kultury partycypacji do kultury kreatywności*, Kraków: TAIWPN Universitas 2015.
- Majorek M., *Anarchizm 2.0: ideologia i praktyka w dobie nowych mediów*, Kraków: Oficyna Wydawnicza AFM 2017.
- Majorek M., Wojniak J., *Memetyzacja komunikowania politycznego u progu XXI wieku*, „Państwo i Społeczeństwo” 2012, nr 1.
- Manovich L., *Język nowych mediów*, tłum. P. Cypriański, Warszawa: Wydawnictwa Akademickie – Oficyna Wydawnicza Łośgraf 2011.
- Mansour S., *Egypt's „Facebook Revolution”? The Role of New Media in the Egyptian Uprising and Beyond*, [w:] *Non-State Actors in the Middle East Factors for Peace and Democracy*, red. G. Golan, W. Salem, London: Routledge 2014.

- Marczewska-Rytko M., *Elektroniczny wymiar demokracji. Wybrane kwestie*, [w:] *Demokracja elektroniczna. Kontrowersje i dylematy*, red. M. Marczewska-Rytko, Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej 2013.
- Marczewska-Rytko M., *Nowe ruchy społeczne w dobie globalizacji: uwarunkowania i charakterystyka*, [w:] *Nowe ruchy społeczne*, red. M. Marczewska-Rytko, D. Maj, Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej 2017.
- Margetts H., John P., Hale S., Yasseri T., *Political Turbulence: How Social Media Shape Collective Action*, Princeton: Princeton University Press 2016.
- Matczak P., *Protest lokalny w Polsce*, „Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny” 2000, nr 3.
- Melucci A., *Nomads of the Present: Social Movements and Individual Needs in Contemporary Society*, London: Hutchinson Radius 1989.
- Melucci A., *Challenging Codes: Collective Action in the Information Age*, Cambridge: Cambridge University Press 1996.
- Mercea D., *Civic Participation in Contentious Politics*, London: Palgrave Macmillan 2016.
- Messing S., Westwood S.J., *Selective Exposure in the Age of Social Media: Endorsements Trump Partisan Source Affiliation When Selecting News Online*, „Communication Research” 2014, Vol. 41 (8).
- Michalczyk S., *Społeczeństwo medialne. Studia z teorii komunikowania masowego*, Katowice: Wydawnictwo Śląsk 2008.
- Mika S., *Wstęp do psychologii społecznej*, Warszawa: PWN 1972.
- Mikułowski-Pomorski J., *Komunikacja międzykulturowa*, Kraków: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Krakowie 2003.
- Milan S., *Social Movements and Their Technologies*, New York: Palgrave Macmillan 2013.
- Mołęda-Zdziech M., *Czas celebrytów. Mediatyzacja życia publicznego*, Warszawa: Wydawnictwo Difin 2013.
- Mucha J., Cooley [hasło], [w:] *Encyklopedia Socjologii*, t. 1: A–J, red. nauk. A. Kojder et al., Warszawa: Oficyna Naukowa 1998.
- Mutz D.C., *Psychologia polityczna a wybór*, [w:] *Zachowania polityczne*, t. 1, tłum. A. Brzóska et al., red. R.J. Dalton, H-D Klingemann, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN 2010.
- Myeong S., Seo H., *Which Type of Social Capital Matters for Building Trust in Government? Looking for a New Type of Social Capital in the Governance Era*, „Sustainability” 2016, Vol. 8 (4).
- Nacher A., *Geomedia-między mediami a lokalizacją*, [w:] *Kulturowe kody technologii cyfrowych*, red. P. Celiński, Lublin: Wydawnictwo WSPA 2011.

- Nead L., *Myths of Sexuality: Representations of Woman in Victorian Britain*, Oxford: Blackwell 1988.
- Negrine R., *The Communication of Politics*, London: Sage 1996.
- Niedźwiedzki D., *Liderzy społeczni w warunkach kryzysu społeczeństwa obywatelskiego*, [w:] *Teorie wspólnotowe a praktyka społeczna: obywatelskość, polityka, lokalność*, red. A. Gawkowska, P. Gliński, A. Kościński, Warszawa: Wydawnictwo IFiS PAN 2005.
- Noelle-Neumann E., *Spirala milczenia. Opinia publiczna – nasza skóra społeczna*, tłum. J. Gilewicz, Poznań: Wydawnictwo Zysk i S-ka 2004.
- Nowak E., *Plebiscytyzacja polityki – media i opinia publiczna jako źródła legitymizacji władzy*, [w:] *Władza i przywództwo polityczne w demokracji*, red. E. Nowak, D. Litwin-Lewandowska, Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej 2010.
- Nowak E., *Teoria agenda-setting a nowe media*, „Studia Medioznawcze” 2016, nr 3 (66).
- Nowak J., *Nowi obcy w przestrzeni etnicznej*, [w:] *Tolerancja i jej granice w relacjach międzykulturowych*, red. A. Posern-Zieliński, Poznań: Wydawnictwo Poznańskie 2004.
- Nye J.S., *Jak osiągnąć sukces w polityce światowej*, Warszawa: Wydawnictwo Akademickie i Profesjonalne 2007.
- Ociepka B., *Komunikowanie międzynarodowe*, Wrocław: Wydawnictwo Astrum 2002.
- Ociepka B., *Dyplomacja publiczna*, Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego 2008.
- Ociepka B., *Nowa dyplomacja publiczna – perspektywa teorii stosunków międzynarodowych i komunikowania politycznego*, „Przegląd Strategiczny” 2012, nr 1.
- Offe C., *Nowe ruchy społeczne. Przekraczanie granic polityki instytucjonalnej*, [w:] *Władza i społeczeństwo: Antologia tekstów z socjologii polityki. Wybór*, red. J. Szczupaczyński, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar 1995.
- Offe C., *Nowe ruchy społeczne. Przekraczanie granic polityki instytucjonalnej*, [w:] *Socjologia. Lektury*, red. P. Sztompka, M. Kucia, Kraków: Społeczny Instytut Wydawniczy Znak 2007.
- Olchanowski T., Sieradzan J., *Wprowadzenie do problematyki narcyzmu. Od klasycznych koncepcji narcyzmu do narcyzmu kultury zachodniej*, [w:] *Narcyzm. Jednostka, społeczeństwo, kultura*, red. J. Sieradzan, Białystok: Wydawnictwo Uniwersytetu w Białymstoku 2011.
- O’Shaughnessy J., O’Shaughnessy N., *Treating the Nation as a Brand: Some Neglected Issues*, „Journal of Macromarketing” 2000, Vol. 1.

- O'Shaughnessy N., *The Death and Life of Propaganda*, „Journal of Public Affairs” 2012, Vol. 12 (1).
- Ostaszewski P., *Międzynarodowe stosunki polityczne*, Warszawa: Wydawnictwo Książka i Wiedza 2008.
- Osterman, P., *Securing Prosperity*, Princeton: Princeton University Press 1999.
- Ostrovsky A., *The Invention of Russia. The Rise of Putin and the Eage of Fake News*, London: Penguin Books 2017.
- Palczyński T., *Nowe ruchy społeczne*, Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego 2010.
- Palczyński T., *Nowe ruchy społeczne w warunkach globalizacji*, [w:] *Współczesna przestrzeń polityczna. Ewolucja czy rewolucja*, red. M. du Vall, M. Majorek, A. Walecka-Rynduch, Kraków: Oficyna Wydawnicza AFM 2011.
- Pateman C., *Participation and Democratic Theory*, London: Cambridge University Press 1970.
- Pater-Ejgierd N., *Dlaczego sieć przemawia obrazem?*, [w:] *Obrazy w sieci. Socjologia i antropologia ikonosfery Internetu*, red. T. Ferenc, K. Olechnicki, Toruń: Wydawnictwo Uniwersytetu Mikołaja Kopernika 2008.
- Pawlik J.V., *Media in the Digital Age*, New York: Columbia University Press 2008.
- Perloff R.M., *Political Communication, Politics, Press and Public in America*, New Jersey – London: LEA 1998.
- Pickard V.W., *Assesing the Radical Democracy of Indymedia: Discursive, Technical and Insitutional Constructions*, „Critical Studies in Media Communication” 2006, Vol 23, (1).
- Piechota G., *Media in Election Processes*, „Communication Today” 2011, Vol. 2.
- Piechota G., *Promoting The Image Of a Country In The International Arena. Case Study: Taiwan*, „Global Journal of Advanced Research (GJAR)” 2015, Vol. 2 (10).
- Piechota G., *Cultural Differences in Network Communication; How Polish, German and Ukrainian Netizens Use Social Media*, Berlin: Peter Lang 2018.
- Piechota G., *Network Communities as an Expression of Inclusive Culture of Participation in Political Protest: The Sunflower Movement Case Study*, „Communication Today” 2018, Vol. 9 (2).
- Piechota G., Rajczyk R., *The Role of Social Media during Protests on Maidan*, „Communication Today” 2015, Vol. 6 (2).
- Piechota G., Rajczyk R., *Przejawy rosyjskiej propagandy w Polsce w przestrzeni nowych mediów*, [w:] *Obrazy Rosji i Rosjan w mediach*, red.

- I. Hofman, J. Maguś, Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie Skłodowskiej 2016.
- Piechota G., Rajczyk R., *Media społecznościowe w protestach politycznych*, [w:] *Komunikowanie społeczne w dobie nowych technologii*, red. D. Piontek, S. Ossowski, Poznań PTKS 2017.
- Piechota G., Rajczyk R., *Institutionalisation of Ukraine's Information Policy as a Function of Strategic Communication*, „Środkowoeuropejskie Studia Polityczne” 2018, nr 3.
- Pietrzyk-Reeves D., *Idea społeczeństwa obywatelskiego. Współczesna debata i jej źródła*, Toruń: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika 2012.
- Piontek D., *Komunikowanie polityczne i kultura popularna. Tabloidyzacja informacji o polityce*, Poznań: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Adama Mickiewicza 2011.
- Poleszczuk J., *Kultura Internetu. Technologia komunikacji i problem integracji społecznej*, [w:] *Nie tylko Internet*, red. J. Mucha, Kraków: Wydawnictwo NOMOS 2010.
- Pomieciński A., *Ruch alterglobalny: między buntem a happeningiem*, [w:] *Oblicza buntu. Praktyki i teorie sprzeciwu w kulturze współczesnej*, red. W. Kuligowski, A. Pomieciński, Poznań: Wydawnictwo Poznańskie 2012.
- Portes A., *Social Capital: Its Origins and Applications in Modern Sociology*, „Annu. Rev. Sociol.” 1998, Vol. 24.
- Przeworski A., *Demokracja i rynek*, [w:] *Władza i społeczeństwo. Antologia tekstów z zakresu socjologii polityki. Wybór*, t. 2, red. J. Szczupaczyński, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar 1998.
- Przybylski H., *Ruchy polityczne. Zagadnienia teoretyczne*, [w:] *Metodologiczne i teoretyczne problemy nauk politycznych*, red. K. Opalek, Warszawa: PWN 1975.
- Putnam R., *Demokracja w działaniu. Tradycje obywatelskie we współczesnych Włoszech*, Kraków: Społeczny Instytut Wydawniczy Znak 1995.
- Putnam R., *Samotna gra w kregle. Upadek i odrodzenie wspólnot lokalnych w Stanach Zjednoczonych*, Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne 2008.
- Rachwał M., *Demokracja bezpośrednia w procesie kształtowania społeczeństwa obywatelskiego w Polsce*, Warszawa: Wydawnictwo Sejmowe 2010.
- Rajczyk R., *Nowoczesne wojny informacyjne*, Warszawa: Wydawnictwo Difin 2016.
- Reicher S., Levine M., *Deindividuation, Power Relations between Groups and the Expression of Social Identity: The Effects of Visibility to the Out-group*, „British Journal of Social Psychology” 1994, Vol. 33.

- Rheingold H., *Using Participatory Media and Public Voice to Encourage Civic Engagement*, [w:] *Civic Life Online: Learning How Digital Media Can Engage Youth*, red. W.L. Bennett, Cambridge, MA: The MIT Press 2008.
- Rifkin J., *Europejskie marzenia. Jak europejska wizja przyszłości zaćmiewa American Dreams*, Warszawa: Wydawnictwo Nadir 2005.
- Rohlinger D.A., Bunnage L.A., Klein J., *Virtual Power Plays: Social Movements, Internet Communication Technology, and Political Parties*, [w:] *The Internet and Democracy in Global Perspective*, red. B. Grofman, A.H. Trechsel, M. Franklin, Basel: Springer International Publishing 2014.
- Rose G., *Interpretacja materiałów wizualnych: krytyczna metodologia badań nad wizualnością*, tłum. E. Klekot, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN 2010.
- Rosenau J.N., *Public Opinion and Foreign Policy*, New York: Random House 1969.
- Roscigno V.J., Danaher W.F., *Media and Mobilization; The Case of Radio and The Southern Textile Worker Insurgency, 1929–1934*, „American Sociological Review” 2001, Vol. 66 (1).
- Rozwadowska B., *Public relations. Teoria, praktyka, perspektywy*, Warszawa: Wydawnictwo Studio Emka 2002.
- Rucht D., *Rosnące znaczenie polityki protestu*, [w:] *Zachowania polityczne*, t. 2, tłum. A. Brzóska et al., red. R.J. Dalton, H-D. Klingemann, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN 2010.
- Ryniejska-Kieldanowicz M., *Public relations Polski w okresie kandydowania do Unii Europejskiej*, Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego 2007.
- Sabatini F., Sarracino F., *E-participation: Social Capital and the Internet*, MPRA Paper 55722, University Library of Munich 2014.
- Sádaba T., *Framing: Una Teoria Para Los Medios de Comunicacion*, Pamplona: Ulzama 2006.
- Sassi S., *The Transformation of the Public Sphere? The Internet as a New Medium of Civic Engagement*, [w:] *New Media and Politics*, red. B. Axford, R. Huggins, London: Sage 2001.
- Schramm W., *The Process and Effects of Mass Communication*, Urbana: University of Illinois Press 1954.
- Schuerkens U., *Social Changes in a Global World*, London: Sage 2017.
- Schulz W., *Komunikacja polityczna: koncepcje teoretyczne i wyniki badań empirycznych na temat mediów masowych w polityce*, Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego 2006.
- Schulz W., *Mediatization and New Media*, [w:] *Mediatization of Politics*,

- red. F. Esser, J. Strömbäck, Hampshire: Palgrave Macmillan 2014.
- Seib P., *Real-Time Democracy: Politics and Power in the Social Media Era*, New York: Palgrave MacMillan 2012.
- Shifman L., *Memes in Digital Culture*, Cambridge: The MIT Press 2013.
- Shils E., *Co to jest społeczeństwo obywatelskie*, [w:] *Europa i społeczeństwo obywatelskie. Rozmowy w Castel Gandolfo*, red. K. Michalski, Kraków: Społeczny Instytut Wydawniczy Znak 1994.
- Singer P., *Jeden świat, etyka globalizacji*, Warszawa: Wydawnictwo Książka i Wiedza 2006.
- Skarżyńska K., *Czy media elektroniczne tworzą sztuczny świat? Rola mediów elektronicznych w rozumieniu świata i kształtowaniu postaw*, [w:] *Komunikowanie (się) w mediach elektronicznych. Język, edukacja, semiotyka*, red. M. Filiciak, G. Ptaszek, Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne 2009.
- Smelser N.J., *Analiza zachowania zbiorowego*, [w:] *Socjologia. Lektury*, red. P. Sztompka, M. Kucia, Kraków: Społeczny Instytut Wydawniczy Znak 2007.
- Sobolewska-Myślik K., *Niepartyjne inicjatywy polityczne jako nowy sposób politycznego zaangażowania obywateli?*, „*Studia Środkowoeuropejskie i Bałkanistyczne*” 2016, t. XXIV.
- Sørensen M.J., *Humour in Political Activism Creative Nonviolent Resistance*, London: Palgrave Macmillan 2016.
- Sorokin P., *The Sociology of Revolution*, New York: Howard Fertig 1925.
- Srinivasan R., Fish A., *After the Internet*, Cambridge: Polity Press 2017.
- Stelmach A., *Funkcje wyborów i ich weryfikacja we współczesnym świecie*, [w:] *W poszukiwaniu modelu demokratycznego*, red. S. Zyborowicz, Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek 2009.
- Stelmach A., *Wstęp*, [w:] *Ukraina po (Euro)majdanie. Od autorytaryzmu do protodemokracji*, red. A. Stelmach, L. Hurska-Kowalczyk, Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek 2016.
- Stelmach A., *Strukturalny i funkcjonalny wymiar systemu politycznego Ukrainy*, [w:] *Ukraina po (Euro)majdanie. Od autorytaryzmu do protodemokracji*, red. A. Stelmach, L. Hurska-Kowalczyk, Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek 2016.
- Strecker I., *The Social Practice of Symbolisation. An Antropological Analysis*, London: The Anthlone Press 1988.
- Strzelecki W., Pawlak P., *Deindywiduacja w sieci i w środowisku wielkomiejskim*, „*Studia Informatica*” 2012, Vol. 29 (721).
- Sunstein C.R., *#Republic. Divided Democracy in the Age of Social Media*,

- Princeton, NJ: Princeton University Press 2018.
- Szacka B., *Wprowadzenie do socjologii*, Warszawa: Oficyna Naukowa 2003.
- Szacki J., *Ani książkę, ani kupiec: obywatel. Idea społeczeństwa obywatelskiego w myśli współczesnej*, Kraków: Społeczny Instytut Wydawniczy Znak 1997.
- Szczepański J., *Elementarne pojęcia socjologii*, Warszawa: PWN 1972.
- Szpunar M., *Kultura cyfrowego narcyzmu*, Kraków: Wydawnictwo Akademii Górniczo-Hutniczej 2016.
- Sztompka P., *Socjologia*, Kraków: Społeczny Instytut Wydawniczy Znak 2007.
- Sztompka P., *Zaufanie. Fundament społeczeństwa*, Kraków: Społeczny Instytut Wydawniczy Znak 2007.
- Sztompka P., *Kapitał społeczny. Teoria przestrzeni międzyludzkiej*, Kraków: Społeczny Instytut Wydawniczy Znak 2015.
- Szymczak W., *Znaczenie wartości w tworzeniu społeczeństwa obywatelskiego*, [w:] *Spółczesność obywatelska. Modele teoretyczne i praktyka społeczna*, red. E. Balawajder, Lublin: Wydawnictwo Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego 2007.
- Tarde G., *Opinia i tłum*, Biblioteka Tygodnika Ilustrowanego, Warszawa 1904.
- Teślański M., *Praktyka brandingu*, Lublin: Wydawnictwo Słowa i Myśli 2015.
- Tillmann K.-J., *Teorie socjalizacji. Społeczność, instytucja, upodmiotowienie*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN 2005.
- Tilly Ch., *Social Movements 1768–2004*, London: Paradigm 2004.
- Tilly Ch., Tarrow S., *Contentious Politics*, Boulder: Paradigm Publishers 2007.
- Tokarczyk R., *Współczesne doktryny polityczne*, Kraków: Zakamycze 1998.
- Touraine A., *The Post-industrial Society*, New York: Random House 1971.
- Touraine A., *Wprowadzenie do analizy ruchów społecznych*, [w:] *Władza i społeczeństwo. Antologia tekstów z socjologii polityki. Wybór*, t. 1, red. J. Szczupaczyński, Warszawa: Wydawnictwo Scholar 1995.
- Touraine A., *O socjologii*, tłum. M. Warchała, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN 2010.
- Trottier D., *Identity Problems in the Facebook Era*, Londyn: Routledge 2014.
- Turcotte J. et al., *News Recommendations from Social Media Opinion Leaders: Effects on Media Trust and Information Seeking*, „Journal of Computer-Mediated Communication” 2015, Vol. 20 (5).
- Ulicka G., *Nowe ruchy społeczne. Niepokoje i nadzieje współczesnych społeczeństw*, Warszawa: Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne 1993.
- Uldam J., Vestergaard A., *Civic Engagement and Social Media: Political Par-*

- ticipation Beyond Protest*, New York: Palgrave Macmillan 2015.
- Walecka K., Wojtas K., *Hybrydowe formy organizacji politycznych – nowe partie i ruchy*, [w:] *Nowe partie i ruchy polityczne. Praktyka i idee współczesnych demokracji*, red. K. Walecka, K. Wojtas, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe UKSW 2017.
- Wallestein I., *Analiza systemów-światów*, Warszawa: Wydawnictwo Akademickie Dialog 2007.
- Walsh P., *That Withered Paradigm: The Web, The Expert, and the Information Hegemony*, [w:] *Democracy and New Media*, red. H. Jenkins, D. Thorburn, Cambridge: MIT University Press 2003.
- Weeks B.E., Holbert R.L., *Predicting Dissemination of News Content in Social Media: A Focus on Reception, Fending and Partisanship*, „Journalism and Mass Communication Quarterly” 2013, Vol. 90.
- Weeks B.E., Ardevol-Abreu A., Gil de Zuñiga H., *Online Influence? Social Media Use, Opinion Leadership and Political Persuasion*, „International Journal of Public Opinion Research” 2017, Vol. 29 (2).
- Williams G., *Cultivating Autonomy, Power, Resistance and the French Alter-globalization Movement*, „Critique of Anthropology” 2008, Vol. 28 (1).
- Wnuk-Lipiński E., *Społeczeństwo obywatelskie a demokratyzacja*, [w:] *Zachowania polityczne*, tłum. A. Brzóska et al., red. R.J. Dalton, H-D. Klingemann, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN 2010.
- Wojtasik W., *Funkcje wyborów w III Rzeczypospolitej. Teoria i praktyka*, Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego 2012.
- Wolff J., *From the Unity of Goodness to Conflicting Objectives: The Inherent Tensions in the External Promotion of Democracy and Civil Society*, [w:] *Civil Society and Democracy Promotion*, red. T. Beichelt, I. Hahn-Fuhr, F. Schimmelfennig, S. Worschech, New York: Palgrave Macmillan 2014.
- Wódz J., *Socjologia dla prawników i politologów*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN 2000.
- Valentino N., Sears D.O., *Event-driven Political Communication and the Preadult Socialization of Partisanship*, „Political Behaviour” 1998, Vol. 20 (2).
- Van Aelst P., Walgrave S., *Who is that (Wo)Man in the Street? From the Normalization of Protest to the Normalization of the Protester*, „European Journal of Political Research” 2001, Vol. 39 (4).
- Vigoda-Gadot E., Mizrahi S., *Managing Democracies in Turbulent Times, Trust, Performance, and Governance in Modern States*, Berlin–Heidelberg: Springer Verlag 2014.
- Xenos M., Vromen A., & Loader B.D., *The Great Equalizer? Patterns of So-*

- cial Media Use and Youth Political Engagement in Three Advanced Democracies*, „Information, Communication and Society” 2014, Vol. 17 (2).
- Zaremba M., *Memmy internetowe (2010–2011)*, „Media i społeczeństwo” 2012, nr 2.
- Zdunkiewicz-Jedynak D., *Intertekstualność współczesnej komunikacji internetowej. Intertekstualne odwołania wewnątrzgatunkowe w memach*, „Poznańskie Spotkania Językoznawcze” 2016, nr. 32.
- Zuñiga de G., Puig-i-Abril E., Rojas H., *Weblogs, Traditional Sources and Political Participation: An Assessment of How the Internet Is Changing the Political Environment*, „New Media and Society” 2009, Vol. 11 (4).
- Yahuda M., *The International Standing of the Republic of China on Taiwan*, [w:] *Contemporary Taiwan*, red. D. Shambaugh, Oxford: Oxford University Press 1998.

Netografia

- Applebaum A., *Mark Zuckerberg Should Spend \$45 Billion on Undoing Facebook's Damage to Democracies*, „The Washington Post”, 10.12.2015, https://www.washingtonpost.com/opinions/mark-zuckerberg-could-spend-45-billion-on-undoing-facebooks-damage/2015/12/10/4b7d1ba0-9e91-11e5-a3c5-c77f2cc5a43c_story.html?utm_term=.d31971653558 [dostęp: 11.08.2018].
- Atton C., *Alternative and Citizen Journalism*, [w:] *The Handbook of Journalism Studies*, red. K. Wahl-Jorgensen, T. Hanitzsch, London – New York: Routledge 2009, <https://keralamediaacademy.org/wp-content/uploads/2015/02/Handbook-of-Journalism-Studies.pdf> [dostęp: 27.07.2018].
- Bennett W.L., *Communicating Global Activism: Strengths and Vulnerabilities of Networked Politics*, „Information, Communication & Society” 2003, Vol. 6 (2), <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/1369118032000093860a> [dostęp: 9.01.2019].
- Berners-Lee T., *Tim Berners-Lee on the Future of the Web: 'The System is Falling'*, <https://www.theguardian.com/technology/2017/nov/15/tim-berners-lee-world-wide-web-net-neutrality> [dostęp: 9.01.2019].
- Bialik K., *14% of Americans Have Changed Their Mind about an Issue Because of Something They Saw on Social Media*, „Fact Tank. News in the Numbers”, 15.08.2018, <http://www.pewresearch.org/fact-tank/2018/08/15/14-of-americans-have-changed-their-mind-about-an-issue-because-of-something-they-saw-on-social-media> [dostęp:

- 23.08.2018].
- Chadwick A., *The Hybrid Media System. Paper to the ECPR General Conference, Reykjavik*, Oxford: Oxford University Press 2011, https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/33297657/Andrew_Chadwick_Hybrid_Media_System_ECPR_August_9th_2011.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1522766421&Signature=WNhR7qbLtoa8tXX6ArB1LUjV63M%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DThe_Hybrid_Media_System_Work-in-progress.pdf [dostęp: 5.05.2018].
- Chao V.Y., *How Technology Revolutionized Taiwan's Sunflower Movement Facebook and Google, the Favored Tools of Dissidents, Are Now Shaping Taiwan's Relationship with China*, „The Diplomat”, 15.04.2014, <https://thediplomat.com/2014/04/how-technology-revolutionized-taiwans-sunflower-movement/> [dostęp: 28.08.2018].
- Chen B., Liao D., *Social Media, Social Movements and the Challenge of Democratic Governability*, https://cddrl.fsi.stanford.edu/sites/default/files/chen_boyu.stanford_2014_oct_10.pdf [dostęp: 9.01.2019].
- Cull N.J., *Public Diplomacy: Lessons from the Past*, <http://kamudiplomasisi.org/pdf/kitaplar/PDPerspectivesLessons.pdf> [dostęp: 15.08.2018].
- El-Nawawy M., Khamis S., *Political Activism 2.0: Comparing the Role of Social Media in Egypt's „Facebook revolution” and Iran's „Twitter Uprising”*, „CyberOrient Online Journal of the Virtual Middle East” 1991, Vol. 6 (1), <http://www.cyberorient.net/article.do?articleId=7439> [dostęp: 28.08.2018].
- Drezner D.W., & Farrell H., *The Power and Politics of Blogs. Paper Presented at the American Political Science Association Annual Meeting*, „Public Choice” 2008, <http://www.cs.duke.edu/courses/spring05.cps182s-readings/blogpowerpolitics.pdf> [dostęp: 9.01.2019].
- Gumkowska A., *Mem – nowa forma gatunkowo-komunikacyjna w sieci*, „Teksty Drugie” 2015, nr 3, http://rcin.org.pl/Content/62463/WA-248_80911_P-I-2524_gumkow-mem_o.pdf [dostęp: 9.01.2019].
- Henrikson A., *What Can Public Diplomacy Achieve?*, 2006, <https://www.diplomatie.gouv.fr/IMG/pdf/publicdiplo.pdf> [dostęp: 15.08.2018].
- Honglei L., Lai V.S., Lee K.C., Ryun M., No-Ku C., *Interpersonal Relationship Needs in Virtual Communities and Virtual Worlds: When Virtual Participation Explained as Self- Expression*, 2013, <https://pdfs.semanticscholar.org/e7e2/c8d6b5aaca44e85d5ba13889c86d2f513268.pdf> [dostęp: 22.05.2018].
- Hope E., *Blogi jako platforma komunikowania na przykładzie blogów uczelnianych*, http://cejsh.icm.edu.pl/cejsh/element/bwmeta1.element.desklight-fff594db-0509-4de3-9af2-6052d0546a61/c/2_E.Hope_Blo-

- gi_jako_platforma_komunikowania.pdf [dostęp: 9.01.2019].
- Jachimowski M., *Komunikacja strategiczna a dziennikarstwo*, „Rocznik Prasoznawczy”, R. X, <http://yadda.icm.edu.pl/yadda/element/bwmeta1.element.desklight-0045abc9-3ece-40bd-94e8-147752492ca2/c/01.jachimowski.pdf> [dostęp: 6.09.2018].
- Jemielniak D., *Socjologia 2.0: o potrzebie łączenia Big Data z etnografią cyfrową, wyzwaniach jakościowej socjologii cyfrowej i systematyzacji pojęć*, „Studia Socjologiczne” 2018, nr 2 (229), http://yadda.icm.edu.pl/yadda/element/bwmeta1.element.desklight-72c54623-eb07-4d7c-8c03-cfaf94939832/c/Studia_Socjologiczne_2018_nr2_s.7_29.pdf [dostęp: 10.06.2018].
- Kaznowski D., *Podział i klasyfikacja social media*, „Networked Digital”, 10.05.2010, <http://networkeddigital.com/2010/05/10/podzial-i-klasyfikacja-social-media/> [dostęp: 15.07.2018].
- Kokociński M., *Rola grupy rówieśniczej w procesie socjalizacji młodzieży*, Poznań: Wydawnictwo Wyższej Szkoły Komunikacji i Zarządzania w Poznaniu 2011, http://wskiz.edu/files/uczelnia/ebook_rola_grupy.pdf [dostęp: 15.09.2018].
- Kołowiecki W., *Memy internetowe, jako nowy język internetu*, „Kultura i Historia” 2012, nr 21, <http://www.kulturaihistoria.umcs.lublin.pl/archives/3637> [dostęp: 9.01.2019].
- Konończuk W., Olszański T.A., *Co Majdan mówi o Ukrainie? Diagnoza i perspektywy ukraińskiej polityki*, „Komentarze OSW”, 17.01.2014, <https://www.osw.waw.pl/pl/publikacje/komentarze-osw/2014-01-17/co-majdan-mowi-o-ukrainie-diagnoza-i-perspektywy-ukrainskiej> [dostęp: 26.07.2018].
- Kotsyuba O., *The Rise of Volunteer Groups*, 24.10.2015, <https://krytyka.com/en/community/blogs/rise-volunteer-groups> [dostęp: 4.08.2018].
- Kriesi H., *Party Systems, Electoral Systems, and Social Movements*, [w:] *The Oxford Handbook of Social Movements*, red. D. della Porta, M. Diani, Oxford 2015, <https://www.eui.eu/Projects/POLCON/Documents/Kriesipartysystems.pdf> [dostęp: 9.01.2019].
- Krulwich R., *Let's Weigh The Internet (Or Maybe Let's Not)*, National Public Radio, 21.12.2011, <https://www.npr.org/sections/krulwich/2011/12/21/144066248/lets-weigh-the-internet-or-maybe-lets-not?t=1534866173060> [dostęp: 9.01.2019].
- Li H., Lai V.S., Lee K. Ch., *Interpersonal Relationship Needs in Virtual Communities and Virtual Worlds: When Virtual Participation Explained as Self-Expression*, <https://pdfs.semanticscholar.org/e7e2/c8d6b5aaca-44e85d5ba13889c86d2f513268.pdf> [dostęp: 22.05.2018].
- Lynch M., *Blogging the New Arab Public*, „Arab Media & Society”,

- 12.03.2007, <http://www.arabmediasociety.com/?article=10> [dostęp: 9.01.2019].
- Ławniczak K., *Process tracing. Śledzenie mechanizmów przyczynowych*, [w:] *Metody jakościowe i ilościowe w badaniu organizacji i działania Unii Europejskiej*, red. K. Ławniczak, Warszawa: Wydział Dziennikarstwa i Nauk Politycznych UW 2013, <http://wnpism.uw.edu.pl/media/SOBN/Archiwum%20WDiNP/Metody%20jakosciowe%20i%20ilosciowe.pdf> [dostęp: 8.08.2018].
- Madden M., Fox S., Smith A., Vitak J., *Digital Footprints: The Nature of Personal Information is Changing in the Age of Web 2.0.*, Washington, PEW Internet and American Life Project <http://www.pewinternet.org/2007/12/16/digital-footprints/> [dostęp: 9.01.2019].
- Mandryk P., *Как можно заработать на интернет-телевидении в Украине*, „Forbes. Україна”, 16.01.2014, <http://forbes.net.ua/business/1363442-kak-mozhno-zarabotat-na-internet-televidenii-v-ukraine> [dostęp: 28.07.2018].
- Mark M., Wąsowski M., *Facebook pod ostrzałem za możliwy wyciek danych. Zajmą się nim władze USA i Unii Europejskiej*, „Business Insider Polska”, 19.03.2018, <https://businessinsider.com.pl/firmy/strategie/facebook-wyciek-danych-manipulacja-wyborami-w-usa-przez-rosje/fjwvbg> [dostęp: 9.01.2019].
- Murphy M., *The Politics of Adult Education: State, Economy and Civil Society*, „International Journal of Lifelong Education” 2001, Vol. 20 (5), http://www.uwoy.edu/aded5050/5050unit14/the_poli.pdf [dostęp: 16.05.2018].
- Nowak J., *Globalne usieciowienie aktywizmu: nowe media a rozwój nowych ruchów społecznych*, „Kultura i Historia” 2012, nr 21, <http://www.kulturaihistoria.umcs.lublin.pl/archives/3503> [dostęp: 1.09.2018].
- Nworah U., *Nigeria as a Brand*, www.brandchannel.com/papers/jeview.asp?sp_id=604 [dostęp: 26.07.2018].
- Pluwak A., *Geneza i ewolucja pojęcia framing w naukach społecznych*, „Global Media Journal – Polish Edition” 2009, Vol. 1 (5), <http://www.globalmediajournal.collegium.edu.pl/artykuly/wiosna-2009/pluwak-geneza-i-ewolucja-pojecia-framing.pdf> [dostęp: 6.09.2018].
- Przegalińska A., Jemielniak D., *Jakościowe metody badawcze interakcji wirtualnych*, http://crow.kozminski.edu.pl/papers/jakosciowe_wirtualnych.pdf [dostęp: 9.01.2019].
- Rieger D.R., Frischlich L., Bente G., *Propaganda 2.0: Psychological Effects of Right-wing and Islamic Extremist Internet Videos*, Koln: Wolters Kluwer 2013, https://www.nctv.nl/binaries/psychological-effects-of-right-wing-and-islamic-extremist-internet-videos_tcm31-30177.pdf [do-

- step: 9.01.2019].
- Radunovic V., *The Role of Information and Communication Technologies in Diplomacy and Diplomatic Service* [dissertation for the degree of Master in Contemporary Diplomacy], University of Malta, Faculty of Arts, 30.05.2005, https://www.diplomacy.edu/system/files/dissertations/30112010141720_Radunovic_%28Library%29.pdf [dostęp: 23.07.2018].
- Sabatini F., Sarracino F., *Online Social Networks and Trust*, Rome 2015, Munich Personal RePEc Archive, https://mpa.ub.uni-muenchen.de/62506/1/MPRA_paper_62506.pdf [28.05.2018].
- Stein L., *Social Movement Web Use in Theory and Practice: A Content Analysis of US Movement Websites*, „New Media & Society” 2009, Vol. (5), https://www.researchgate.net/publication/249689676_Social_movement_web_use_in_theory_and_practice_A_content_analysis_of_US_movement_websites [dostęp: 9.01.2019].
- The Handbook of Journalism Studies*, red. K. Wahl-Jorgensen, T. Hanitzsch, New York – London: Routledge 2008, <https://keralamediaacademy.org/wp-content/uploads/2015/02/Handbook-of-Journalism-Studies.pdf> [dostęp: 9.01.2019].
- Thielmann T., *Locative Media and Mediated Localities*, „Aether. Journal of Media Geography” 2010, Vol. 5a, [https://mgm.arizona.edu/sites/default/files/articles--pdf/introduction%20\(3\).pdf](https://mgm.arizona.edu/sites/default/files/articles--pdf/introduction%20(3).pdf) [dostęp: 15.09.2018].
- Tilly Ch., *From Mobilization to Revolution*, Ann Arbor: University of Michigan 1977, <https://deepblue.lib.umich.edu/bitstream/handle/2027.42/50931/156.pdf> [dostęp: 15.10.2018].
- Указ Президента України No. 47/2017 Про Доктрину інформаційної безпеки України [Ukaz Prezydenta Ukrainy dotyczący bezpieczeństwa informatycznego], 25.02.2017, <http://www.president.gov.ua/documents/472017-21374> [dostęp: 9.01.2019].
- Wendland M., *Komunikowane a wymiana informacji – pytanie o zakres pojęcia komunikacji*, <https://repozytorium.amu.edu.pl/bitstream/10593/2875/1/Michał%20Wendland%20-%20Komunikowanie%20a%20wymiana%20informacji%20-%20pytanie%20o%20zakres%20pojęcia%20komunikacji.pdf> [dostęp: 9.01.2019].
- Westling M., *Expanding the Public Sphere. The Impact of Facebook on Political Communication*, 2007, <http://www.mendeley.com/research/expanding-the-public-sphere-the-impact-of-facebook-on-political-communication/> [dostęp: 23.08.2018].
- Woźniak-Zapiór M., *Fake news – niebezpieczeństwo w mediach*, „Bezpieczeństwo. Teoria i Praktyka” 2017, nr 4, <https://btip.ka.edu.pl/pdf/2017-4/btip2017-4-wozniak.pdf> [dostęp: 9.01.2019].

Strony internetowe

Corruption Perception Index: <https://www.transparency.org/country/UKR>
<http://4am.tw>
http://assets.pewresearch.org/wp-content/uploads/sites/1/2018/08/15174623/FT_18.08.15_SocialMedia_ToplineMethodology.pdf
<https://businessinsider.com.pl/technologie/farma-trolli-na-facebooku-koncern-zablokował-kolejne-konta/83hj94h>;
www.chinapost.com.tw
<http://chiny24.com/news/protest-studentow-tajwanie>
Encyklopedia PWN, <http://encyklopedia.pwn.pl/haslo/3915155/internet.html>
<http://euromaidanpress.com>
<http://euromaidanpress.com/guide-russian-propaganda/>
<http://focustaiwan.tw>
<http://focustaiwan.tw/news/aip/201608200004.aspx>
<https://www.internetworldstats.com/asia.htm>
<https://krytyka.com/en/community/blogs/rise-volunteer-groups>
<https://pl.ejo-online.eu/polityka-medialna/wolnosc-prasy-2/ukrainskie-dziennikarstwo-rok-po-euromajdanie>
<https://www.radiosvoboda.org>
<https://stopnacjonalizmowi.wordpress.com/2014/10/28/ukraina-wybory-parlamentarne-a-skrajna-prawica/>
<https://taiwantoday.tw/aboutus.php>
<http://www.taiwantoday.tw/news.php?unit=2&post=104450>
<https://thediplomat.com/2014/07/was-taiwans-sunflower-movement-successful/>;
<http://ukrainianpolicy.com/welcome-to-new-russia/>
<https://www.cjr.org/analysis/fake-news-facebook-audience-drudge-breitbart-study.php>
<http://www.cna.com.tw>
<http://www.eastbook.eu/2014/10/23/maszeruj-albo-gin/>
<https://www.facebook.com/EuroMaydan/>
<https://www.facebook.com/EvromaidanSOS>
<https://www.facebook.com/sunflowermovement/>
<https://www.facebook.com/taiwannation/>
<https://www.hofstede-insights.com/country-comparison/taiwan/>
https://www.slideshare.net/wearesocialsg/social-digital-mobile-in-apac/186-JAN2014TAIWAN_INTERNET_INDICATORS_AVERAGE_TIME_THAT

<https://www.stopfake.org/pl/o-nas-pl/>
<http://www.taipeitimes.com>
<http://www.taiwannews.com.tw>
<http://wyborcza.pl/7,155287,22492420,po-google-tez-hasaly-trolle-z-rosji.html>
<https://www.facebook.com/pg/euromaidanpress.en>
<https://www.facebook.com/pg/Islandnationyouth>

Spis tabel i wykresów

Tabela 1. Udział w różnych formach protestu w podziale na regiony świata.....	28
Tabela 2. Cechy starych i nowych ruchów społecznych	33
Tabela 3. Formy zachowań zbiorowych.....	35
Tabela 4. Typologie ruchów społecznych	39
Tabela 5. Funkcje wyborów przy uwzględnieniu różnic w reżimach politycznych.....	62
Tabela 6. „Twitterowe rewolucje” na świecie.....	115
Tabela 7. Protest społeczno-polityczny a typ społeczeństwa	164
Tabela 8. Podobieństwa pomiędzy EuroMajdanem i Rewolucją Słoneczników	207
Wykres 1. Wiek i płeć badanych na Tajwanie	230
Wykres 2. Deklaracje respondentów dotyczące powodów używania mediów społecznych.....	231
Wykres 3. Deklaracje respondentów dotyczące wyboru serwisów społecznościowych	232
Wykres 4. Aktywność użytkowników podejmowana w sieciach społecznych	233
Tabela 9. Aktywność polityczna badanych oraz ich partycypacja w sieciowej komunikacji politycznej.....	235
Wykres 5. Formy realizacji działań kontrolnych przez badanych w sieci	236
Wykres 6. Udział w aktywnościach politycznych respondentów czynnie uczestniczących w protestach (<i>protestujący</i>) oraz zaangażowanych wyłącznie w śledzenie treści w mediach społecznościowych (<i>obserwujący</i>). Cyfry oznaczają odpowiednie akty uczestnictwa badanych w aktywnościach politycznych.....	238
Wykres 7. Cele komunikowania z wykorzystaniem mediów społecznościowych podczas protestów	239

Wykres 8. Preferencje użytkowników co do wyboru kanałów w komunikacji sieciowej.....	244
Wykres 9. Deklaracje respondentów dotyczące powodów używania mediów społecznościowych.....	245
Wykres 10. Aktywność użytkowników podejmowana w sieciach społecznościowych.....	246
Wykres 11. Udział i komunikacja sieciowa podczas EuroMajdanu	247
Wykres 12. Udział badanych w wyborach w 2014 roku	248
Wykres 13. Używanie mediów społecznościowych w kampanii wyborczej w 2014 roku	249
Tabela 10. Upowszechnianie informacji o kandydatach wśród wirtualnych znajomych.....	249
Tabela 11. Partycypacja w dyskursie sieciowym poświęconym tematyce wyborów i kandydatów.....	250
Tabela 12. Tworzenie treści dotyczących kampanii wyborczej	250
Tabela 13. Analiza informacji politycznych i wyborczych udostępnianych przez wirtualnych znajomych.....	250
Tabela 14. Śledzenie treści publikowanych w sieci przez polityków i kandydatów w wyborach.....	250
Wykres 14. Ocena zmian, jakie nastąpiły na Ukrainie po EuroMajdanie.....	251
Tabela 15. Zaangażowanie polityczne oraz korzystanie z mediów społecznościowych w procesach sieciowej komunikacji politycznej w latach 2014–2018	252
Wykres 15. Formy realizacji działań kontrolnych przez badanych w sieci ...	253
Wykres 16. Udział w aktywnościach politycznych respondentów czynnie uczestniczących w protestach (<i>protestujący</i>) oraz zaangażowanych wyłącznie w śledzenie treści w mediach społecznościowych (<i>obserwujący</i>) – dot. Kijowa. Cyfry oznaczają odpowiednie akty uczestnictwa badanych w aktywnościach politycznych	254
Wykres 17. Udział w aktywnościach politycznych respondentów czynnie uczestniczących w protestach (<i>protestujący</i>) oraz zaangażowanych wyłącznie w śledzenie treści w mediach społecznościowych (<i>obserwujący</i>) – dot. Lwowa. Cyfry oznaczają odpowiednie akty uczestnictwa badanych w aktywnościach politycznych	255
Wykres 18. Cele komunikowania z wykorzystaniem mediów społecznościowych podczas protestów	256

Indeks rzeczowy

- agenda setting 88, 214, 215, 265, 289
agora 111, 156
aktywiści 9, 11, 43, 45–47, 55, 63, 70, 99, 119–121, 123, 131, 133, 134, 144, 152, 153, 163, 166, 168, 169, 187, 190, 194, 212, 214, 215, 219, 220, 223, 224, 240, 256, 261, 269, 270, 272–276
alternacja władzy 5, 13, 27, 55, 58–63, 109, 206, 208, 209, 262, 267, 273
Arabska Wiosna 10, 11, 113, 115, 118, 155
autoprezentacja 7, 97, 111, 136, 158, 174, 176, 177, 239, 242, 256

Black Island Youth 211, 218, 240, 241
blogi 6, 99, 112, 117, 121–125, 141, 166, 175, 187, 297
branding narodowy 7, 182, 183
branding państwa 183, 277

case study 13, 15, 17, 18, 29, 42, 45, 49, 127, 173, 205, 218, 241, 267, 271, 278, 286, 290
Chińska Republika Ludowa 114, 117, 139, 154, 157, 185, 191, 195, 204–208, 210, 224, 234, 238, 241, 242, 270, 296, 297
collective force 107, 108, 269, 270
crowdfunding 210
cyberaktywizm 120
cyberkartografia 157
cyfrowość 94, 95

decentralizacja 66, 77, 203
deindywiduacja 5, 51–53, 285, 291, 293
dekonstrukcja państwa 77, 78
demokracja deliberatywna 21, 109
demokracja inkluzywna 61, 287
Demokratyczna Partia Postępu 154, 205, 207–209, 235, 238, 273
depriwacja 53, 56
dobro wspólne 32, 38, 67, 69–72, 74, 171
dostęp do informacji 9, 88, 90, 96, 103, 109, 117, 118, 122, 128, 129, 166, 168, 170, 187, 220, 222, 223, 231, 234, 242, 245, 246, 258, 261
dynamika ruchu 5, 30, 35, 53–55
dyskurs 6, 32, 60, 65, 66, 79, 88, 92, 98–100, 104, 107, 108, 111, 112, 122, 124, 129, 130, 134, 149–151, 158, 161, 162, 168, 186, 187, 192, 224, 243, 250, 253, 258, 260, 262, 270, 283, 285
działania zbiorowe 26, 27, 34–37, 40, 44, 45, 47, 49, 52, 53, 57, 58, 75, 80, 101, 136

- elity polityczne 31, 56, 57, 61, 88,
 107, 132, 166, 167, 185
 Espresso tv 211–214
 EuroMajdan 7, 12–14, 17, 54, 98,
 110, 118, 144, 154, 156, 157, 177,
 191, 201, 203, 207–209, 211–
 216, 220, 222, 223, 225, 245, 247,
 248, 250–252, 257, 259, 264, 268,
 271, 273, 279, 283, 290, 293
 EuroMajdan Press 155, 214, 222,
 273
 EuroMajdan SOS 213, 273
 event 10, 54, 98, 106, 176, 190, 241,
 242, 256, 281, 286, 295
 Facebook 6, 10, 45, 46, 110–114,
 116–120, 129, 130, 133, 137,
 156, 158, 162, 171, 173, 174, 187,
 211–213, 215, 216, 218–220,
 222, 224, 232, 233, 239–241, 244,
 245, 257, 260, 262, 270, 282, 287,
 294, 296, 297, 299, 300
 fake news 129, 130, 212, 280, 290,
 300
 Flexible Diplomacy 206
 framing 7, 188, 189, 191–194, 270,
 292, 299
 geomedia 157, 158, 288
 geoweb 158
 globalizacja 25, 27, 34, 38, 40, 42,
 46, 48–50, 65, 74, 75, 77, 80, 102,
 104, 105, 153, 182, 184, 271, 284,
 285, 288, 293, 295
 globalność 151, 190, 191, 241, 256
 Google 116, 117, 119, 130, 134, 216,
 232, 240, 244, 270, 297
 hiperlinki 122, 123
 hipermedium 179, 180, 285
 hiperrealność 179, 180
 hiperspołeczeństwo 179, 180, 285
 Hromadske tv 210–213, 261
 hybrydowość 30, 31, 105
 Independent Media Center 99
 Indymedia 11, 99–101, 281, 290
 indywidualizm 45, 101, 102, 160,
 193, 287
 inkluzywność 79, 109, 134, 152,
 162, 173, 174, 270
 Instagram 114, 232, 244, 245, 257
 interakcje społeczne 6, 15, 17, 30,
 35, 46, 53, 71, 72, 92, 96, 118,
 124, 135, 136, 170, 175
 interakcje symboliczne 17, 135, 136
 interaktywność 34, 44, 45, 66, 93–
 97, 105, 131, 162, 260, 271
 internet 6, 9–11, 14, 34, 46–48, 73,
 89–96, 98–100, 103, 106, 109–
 113, 116, 119, 120, 122, 124,
 128–130, 133, 140–142, 150,
 155, 156, 158, 161, 163, 165, 167,
 170, 174, 187, 218–220, 226, 227,
 230, 240, 275, 279–286, 290–
 293, 296, 298, 299
 intertekstualność 149, 151, 152,
 180, 296
 kapitał społeczny 5, 17, 44, 48, 61,
 66, 70–74, 91, 103, 104, 113, 114,
 124, 125, 127, 129, 138, 166, 168,
 211, 221, 276, 281, 294
 kod kulturowy 45, 48, 49, 65, 128,
 135, 139, 153
 komunikacja interpersonalna 43
 komunikacja polityczna 5, 6, 10–12,
 14, 19, 20, 23, 58, 75, 84–89, 99,
 102, 106, 125, 126, 167, 229, 235,
 243, 244, 251, 252, 256, 258, 268,
 270, 292, 295

- komunikacja sieciowa 6, 11, 12, 15–17, 45, 47, 50, 58, 72–74, 81, 93, 98, 99, 101–106, 130, 133, 141–143, 150, 160, 167, 170, 181, 191, 221, 223, 240, 242, 244, 247, 250, 258, 259, 262, 264, 265, 267, 272, 282
- komunikacja społeczna 48, 49, 81, 186, 281, 286
- komunikacja strategiczna 188–190, 284, 298
- komunikacja zapośredniczona 91, 92, 96, 163
- konflikty społeczne 40, 41, 43, 56, 60, 76, 93, 108
- kontent 6, 12, 17, 110, 114, 130, 170, 173–175, 192, 194, 221, 262
- kontrola zasobów sieciowych 6, 64, 85, 88, 131–133, 172, 187, 214
- kontrola władzy 14, 60–62, 76, 80, 84, 213, 235–238, 243, 252–254, 258, 259, 265
- kultura konwergencji 168, 171, 284,
- kultura polityczna 61, 70, 85, 86, 205
- kultura uczestnictwa 168–174, 178, 181
- Kuomintang 139, 195, 204–206, 208, 210, 221, 234
- legitymizacja władzy 55, 59, 61, 84, 107, 109, 120, 185, 278, 289
- liderzy 33, 43, 50, 54, 55, 57, 69, 103, 104, 110, 121, 123, 131, 134, 139, 143, 154, 163, 166, 167, 169, 170, 185, 187, 190, 204, 219, 220, 223, 224, 241, 261, 270–272, 275, 282, 289
- Line 110, 232
- manifestacje 27, 31, 35, 56, 63, 156, 171, 176, 219, 259
- media alternatywne 11, 12, 20, 43, 49, 58, 89, 93, 96, 97, 99, 100, 103, 108, 109, 113, 116–118, 120, 121, 123, 125, 171, 179, 190, 195, 211, 212, 222, 223, 229, 233, 239, 242, 265, 269, 270, 277, 286
- media hybrydowe 158
- media tradycyjne 9, 15, 48, 90, 92, 93, 97, 129, 130, 156, 167, 221, 246, 261, 265
- media społecznościowe 6–8, 10–15, 17–21, 45–51, 54, 89, 97, 100, 102, 104–106, 108, 109, 118–120, 129, 130, 134, 139, 141, 153, 155, 158, 161, 167, 170, 177, 181, 187, 190, 192, 193, 201, 208, 209, 211, 213, 215, 218–224, 227–231, 233–235, 237–240, 242–245, 247, 249, 251, 252, 254–265, 267–272, 274–276, 286, 291
- memy 6, 131, 140–146, 148–154, 186, 191, 194, 278, 280, 284, 293, 296, 297, 298
- metoda śledzenia procesu 18, 19, 226, 228, 272
- mobilność 48, 77, 103, 129, 187
- model konstruktywistyczny 57
- model strukturalistyczny 57
- narracja transmedialna 168
- neotrybalizm 160
- New Power Party 154, 205, 208, 243, 269, 273
- nowe media 6, 10–12, 14, 27, 46, 49, 52, 74, 75, 89, 90, 92–105, 109, 118, 127, 129, 134, 152, 165–168, 178, 179, 212, 214, 215, 280–282, 284–287, 289, 290, 299

- nowe ruchy społeczne 5, 9, 10, 16, 17, 21, 25, 29–43, 45–51, 53–55, 57, 58, 64, 66, 71, 74, 76–80, 109, 119, 133, 172, 210, 239, 270, 273–275, 279, 288–290, 295
- nowe technologie 6, 9, 49, 121, 133, 153, 163, 177, 187, 204, 209, 237, 291
- nowoplemiona 159, 160, 162
- obywatelskość 67, 69, 71, 289
- państwo 6, 7, 9, 10, 13, 14, 17, 18, 20, 28, 30, 32, 39–42, 56, 58, 59, 61, 68, 69, 73–79, 85, 104, 113, 114, 117, 119, 132, 139, 154, 159, 171, 172, 178, 181–190, 192, 193, 203–205, 207, 209, 211, 216–218, 220, 221, 224–226, 229, 240, 241, 247, 248, 250, 261, 264, 269, 281, 283
- paradygmat eksperta 171
- partie polityczne 25, 29–31, 33, 55, 63, 68, 80, 86, 87, 154, 164, 207, 208, 210, 221, 234, 238, 243, 252, 265, 274, 275
- partycypacja 6, 14, 17, 28, 50, 58, 59, 67, 72, 78, 98, 103, 105, 106, 117, 159, 162–166, 168–171, 173, 174, 178, 235, 250, 262, 264, 267, 268, 270, 287
- partycypacja polityczna 6–8, 9, 12, 14, 17–20, 34, 37, 39, 58, 84, 153, 159, 163, 164, 166–168, 201, 225, 227–230, 243, 251, 252, 259, 260, 262–265, 267, 268, 271, 274
- personalizacja polityki 55
- plebiscytyzacja polityki 106, 107, 289
- plemienność 130, 159, 162, 177, 190
- polityka widowisk 54
- Pomarańczowa Rewolucja 154, 156, 157, 203, 220
- Pragmatic Diplomacy 206, 283
- praktyka komunikacyjna 43, 48, 66, 93, 168, 172, 179, 181, 267
- process tracing 18, 226, 228, 299
- propaganda 6, 81, 82, 125–131, 191, 214–216, 220–222, 239, 242, 261–263, 281, 284–286, 289, 290, 299
- prosumenci 105
- protest społeczno-polityczny 5–21, 23, 25–29, 32, 37, 38, 42, 50, 51, 53–55, 58, 63, 70, 72, 77, 79, 81, 98, 100–102, 104, 109, 110, 113–118, 120–125, 127, 129, 133, 134, 135, 137–139, 142–144, 148, 150, 151, 153–159, 161, 162, 164, 166, 168–171, 173, 175–179, 181, 182, 184–188, 190–197, 199, 201–205, 207–214, 216, 218–230, 234, 235, 237–245, 247, 250, 251, 254–264, 267–274, 265, 276, 281, 291
- przekaz symboliczny 6, 15, 107, 135, 139, 140, 143, 146, 148, 162
- przestrzeń wirtualna 11, 14, 43, 78, 92, 101, 122, 140, 216, 239
- ramkowanie 188, 191, 194
- remediacje 97
- Republika Chińska 13, 154, 157, 204, 206, 207, 210, 219–221, 242, 267, 269, 272
- Rewolucja Słoneczników 7, 17, 110, 139, 146, 154, 157, 194, 201, 204–209, 225–227, 234, 235, 238–243, 269, 270, 273
- rewolucja 5, 7, 11–13, 17, 18, 38, 51, 55–57, 94, 103, 104, 110, 113–115, 117–120, 129, 134,

- 138, 139, 146, 154–157, 177, 191,
194, 195, 201–209, 211, 212, 214,
215, 220, 221, 225–227, 234, 235,
238–243, 248, 251, 254–257,
264, 269–273, 283, 286, 290
- reżim demokratyczny 9, 13, 60, 61,
84, 164, 263, 267
- ruchy społeczne 10, 16, 17, 25, 26,
29–45, 47–51, 53–58, 63, 65, 66,
68, 70, 73, 74, 76, 79, 80, 98, 99,
101, 117, 133, 134, 190, 193, 194,
202, 209, 221, 269, 270, 274, 275,
279, 280, 285, 294
- rytuały 139, 140, 160
- serwisy społecznościowe 10, 20, 96,
101, 106, 110, 111, 113, 114, 118,
133, 134, 157, 162, 166, 168, 212,
216, 219, 221–223, 225, 227–
229, 232, 234, 241, 245, 246, 249,
253, 256–258, 269, 272
- sfera publiczna 32, 39, 66, 76, 78–
80, 92, 99, 104, 109, 110, 124,
163, 166
- sieć 9, 10, 11, 14–16, 34, 45–47, 49,
52, 53, 64, 66, 71–73, 77, 89–95,
97, 98, 100, 101, 103, 104, 109,
116, 118, 120, 121, 123, 124,
129–134, 136, 141–143, 150–
152, 154–156, 158, 160, 161, 166,
169, 171–177, 180, 183, 189, 191,
192, 213, 216, 218, 223, 233–237,
240, 241, 243–245, 247, 249–
253, 257, 260, 261, 267, 270, 271,
275, 279
- siła miękka 184, 185
- social force 107, 269
- social media 10, 11, 12, 45, 49, 54,
94, 96, 98, 105, 106, 113, 117,
124, 141, 161, 170, 177, 181, 215,
216, 219, 224, 239, 245, 256, 274,
278, 280–283, 286–288, 290,
293–297, 298
- socjalizacja polityczna 86, 87, 89,
109
- soft power 7, 184–187, 219, 221, 287
- społeczeństwo obywatelskie 5, 6, 11,
16, 25, 32, 38–40, 45, 49, 58, 61,
66–71, 74–80, 97, 119–121, 124,
171, 189, 190, 207, 208, 262, 263,
265, 272–275, 278, 279, 285, 289,
291, 293–295
- społeczeństwo medialne 82, 92,
241, 288
- społeczeństwo sieciowe 5, 16, 64–
66, 71, 77, 103, 119, 130, 131,
157, 159, 163, 171, 174, 175, 181,
193, 222, 223, 231, 241, 269, 273,
278–280, 284, 290, 293, 297
- Steadfast Diplomacy 206
- studenci 13, 54, 111, 115, 154, 157,
173, 177, 195, 196, 204, 207, 209,
215–217, 222, 223, 226–228,
230, 240, 241, 244, 246–253,
255–258, 260, 264, 271, 273
- Sunflower Movement 13, 139, 147–
149, 154, 155, 171, 173, 174, 207,
208, 212, 219, 222, 239, 240, 241,
290, 297
- symbole 6, 15, 42, 43, 55, 103, 119,
120, 135–139, 142–144, 150,
151, 153–156, 160, 179, 193, 283
- symbolika miejsca 6, 155, 156, 157,
- symbolika nazw 6, 153
- symbolizm 137, 138
- system autorytarny 9, 61–63, 106,
164, 206
- system medialny 7, 14, 17, 20, 29,
128, 129, 201, 210–212, 218, 220,
221, 223, 224, 229, 257, 260, 264,
265, 269

- system polityczny 13, 20, 29, 31, 62, 84–86, 114, 127, 163, 164, 172, 205, 218, 220, 221, 223, 262, 267, 293
- system semirywalizacyjny 63
- Tajwan 7, 13, 17, 18, 139, 146, 154, 155, 157, 173, 174, 185, 186, 191, 193–195, 201, 204–212, 218–236, 238–243, 255, 260, 262, 265, 268–272, 283, 284
- technologie informacyjno-komunikacyjne 6, 9, 10, 14, 21, 34, 48, 89, 91–93, 95, 96, 99, 100, 102, 103, 129, 153, 171, 179, 186, 187, 274, 275
- tożsamość indywidualna 38, 46, 268
- tożsamość kolektywna 30, 38, 44–46, 99, 131, 139, 163, 177, 181, 270, 271
- tożsamość kosmopolityczna 78
- tożsamość oporu 37, 45
- tożsamość zbiorowa 43–46, 52, 79, 139, 175
- trolling 130
- trybalizm 6, 159, 160, 162, 193
- trzeci sektor 68, 75, 285
- Twitter 6, 10, 45, 51, 110, 114–119, 129, 134, 187, 213, 219, 220, 232, 240, 244, 245, 257, 260, 270, 282, 297
- twitterowa rewolucja 51, 114, 115, 117, 134
- usieczowanie protestów 34, 104, 138, 176
- Ukraina 7, 8, 12–14, 17–19, 28, 54, 61, 110, 128, 154–157, 177, 185, 186, 191, 193, 201–204, 207–212, 214–217, 219–226, 228, 229, 244, 245, 248–254, 257, 258, 260–262, 264, 265, 267–269, 271–274, 279, 282, 283, 290, 291, 293, 298, 300
- unifikacja kulturowa 75
- widzialność 7, 47, 158, 174, 176–178
- więzi społeczne 37, 43, 45, 73, 75, 82, 93, 139, 143, 171, 173, 271
- wizerunek 6, 17, 32, 55, 136, 138, 150, 158, 159, 161, 177, 178, 181–192, 219, 224, 242, 283, 287
- wizualność 149, 150, 292
- władza usieczowana 131, 132, 172
- wojna hybrydowa 191, 217
- wojna informacyjna 85, 212, 215, 217, 291
- YouTube 6, 10, 45, 110, 117, 118, 187, 211, 214, 220, 224, 232, 244, 245, 257, 258, 260, 282, 287
- VKontakte 110, 213, 216, 220, 244, 245, 257
- zaufanie społeczne 69, 71, 73, 74, 105
- zbiorowości społeczne 92
- zmiana kulturowa 6, 42, 102, 103, 140, 167, 179, 181, 285
- zmiana społeczna 10, 34, 35, 37, 40, 42, 43, 50, 56, 57, 64, 66, 83, 93, 123, 131, 137, 138, 140, 173, 186, 221, 267, 269, 273