

Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania z siedzibą w Rzeszowie
Kolegium Mediów i Komunikacji Społecznej

R o z p r a w a d o k t o r s k a

Mediatyzacja rewolucji

Marcin Balon

Promotor
Dr hab. Marcin Szewczyk, prof. WSIiZ

Rzeszów 2024

Spis treści

Wstęp.....	6
Rozdział 1	
Nowe media i ich rola we współczesnym świecie.....	24
1.1. Definicja i charakterystyka nowych mediów.....	25
1.2. Media społecznościowe – charakterystyka zagadnienia.....	40
1.2.1. Najważniejsze platformy mediów społecznościowych.....	47
1.2.2. Rola mediów społecznościowych w codziennym życiu.....	54
1.3. Media społecznościowe a ruchy społeczne.....	60
1.4. Podsumowanie.....	63
Rozdział 2	
Mediatyzacja i jej etapy.....	66
2.1. Historia mediatyzacji.....	67
2.2. Współczesne kierunki badań nad mediatyzacją.....	69
2.3. Współczesne badania mediatyzacji.....	72
2.3.1. Nick Couldry i Andreas Hepp.....	72
2.3.1.1. Fale mediatyzacji.....	74
2.3.1.2. Głęboka mediatyzacja.....	81
2.3.2. Stig Hjarvard.....	84
2.3.3. Jesper Stromback.....	84
2.3.4. Winfried Schulz.....	86
2.3.5. Friedrich Krotz.....	88
2.3.6. Podsumowanie.....	90
2.4. Mediatyzacja konfliktu jako punkt wyjścia do mediatyzacji rewolucji.....	92
2.5. Mediatyzacja rewolucji.....	94
2.6. Podsumowanie.....	96
Rozdział 3	
Rewolucje.....	99
3.1. Pojęcie „rewolucji”.....	100
3.2. Podziały rewolucji.....	108
3.2.1. Typ zachodni a typ wschodni rewolucji.....	111
3.2.2. Typologie rewolucji wg Chalmersa Johnsona.....	112
3.2.3. Podział rewolucji wg Karla Deutscha.....	113
3.3. Przyczyny i etapy rewolucji.....	114

3.3.1. Etapy rewolucji według Pitirima Sorokina	116
3.3.2. Etapy rewolucji według Crane'a Brintona.....	119
3.3.3. Etapy rewolucji wg Rexa Hoppera.....	120
3.3.4. Etapy rewolucji według Timura Kurana.....	121
3.4. Podsumowanie.....	126
Rozdział 4	
Udział i rola mediów w rewolucjach.....	128
4.1. Rewolucja angielska z 1640 roku.....	130
4.2. Rewolucja amerykańska z 1775 roku.....	133
4.3. Rewolucja francuska z 1789 roku.....	135
4.4. Rewolucja październikowa z 1917 roku.....	138
4.5. Rewolucja kubańska 1953 – 1959.....	141
4.6. Rewolucja na Filipinach z 1986 roku.....	143
4.7. Pomarańczowa rewolucja w Ukrainie 2004 – 2005.....	145
4.8. Rewolucja w Iranie w 2009 roku.....	149
4.9. Rewolucja w Mołdawii w 2009 roku.....	152
4.10. Zamieszki w Toronto w 2010 roku.....	156
4.11. Jaśminowa rewolucja 2010 – 2011.....	158
4.12. Zamieszki w Londynie w 2011 roku.....	165
4.13. Occupy Wall Street w 2011 roku.....	169
4.14. Zamieszki w Brazylii w 2013 roku.....	172
4.15. Zamieszki w Ferguson w 2014 roku.....	176
4.16. Zamieszki w Gezi Park w 2013 roku.....	179
4.17. Zamieszki we Francji w 2018 roku.....	182
4.18. Podsumowanie.....	186
Rozdział 5	
Mediatyzacja rewolucji przez media społecznościowe na przykładzie wydarzeń w Gezi Park w 2013 roku.....	194
5.1. Tożsamość uczestników protestów.....	199
5.2 Transformacja tureckich mediów, krajobraz mediów przed wydarzeniami w parku Gezi.....	206
5.3 Media tradycyjne.....	208
5.3.1 Prasa.....	209
5.3.2. Media nadawcze.....	212
5.4. Cenzura.....	215
5.5. Media społecznościowe.....	218
5.5.1. Metodologia badań empirycznych.....	218
5.5.2. Media społecznościowe i ich wpływ na dynamikę protestów w Gezi Park na przykładzie Twittera.....	220
5.5.2.1 Badania ilościowe.....	220
5.5.2.1.1. Wnioski.....	231
5.5.2.2. Analiza jakościowa.....	232

5.5.2.2.1. Analiza sentymentu.....	233
5.5.2.2.2. Klasyfikacja emocji.....	233
5.5.2.2.3. Modelowanie i analiza tematyczna.....	239
5.5.2.2.4. Wnioski.....	246
5.6. Podsumowanie.....	249
Zakończenie.....	254
Bibliografia.....	266
Netografia.....	277
Spis rysunków.....	285
Spis tabel.....	286
Streszczenie.....	287
Summary.....	289

Wstęp

Na przestrzeni dziejów ludzie wielokrotnie sprzeciwiali się władzy – zarówno rządowi, jak i liderom państw. Rewolty, bunty i rewolucje towarzyszyły społeczeństwom od zarania dziejów, mając na celu obalenie opresyjnych systemów oraz wprowadzenie nowych porządków. Mimo że wiele z tych wydarzeń wykazuje pewne wspólne cechy, ich charakter ewoluował wraz z rozwojem cywilizacji. W szczególności rozwój edukacji oraz technologii znacząco wpłynął na przekształcanie form i przebiegu rewolucji. Media, jako narzędzie komunikacji i rozpowszechniania informacji, zaczęły odgrywać coraz istotniejszą rolę w organizacji tych wydarzeń, wpływając na mobilizację społeczeństwa oraz kształtowanie opinii publicznej. Mediatyzacja, postrzegana jako proces coraz większej obecności mediów w życiu społecznym i kulturowym, sugeruje znaczący wpływ tych środków przekazu na procesy kognitywne, wzorce zachowań oraz emocje jednostek, jak również na formowanie się norm i wartości obowiązujących w społeczeństwie.

Wraz z rozwojem mediów i technologii komunikacyjnych, rewolucje przeszły fundamentalne przemiany będące wynikiem mediatyzacji procesów społecznych. Współcześnie media nie tylko dokumentują i przekazują informacje o wydarzeniach, ale także aktywnie uczestniczą w ich kształtowaniu. Media społecznościowe, blogi, serwisy informacyjne i inne platformy cyfrowe stały się narzędziami mobilizacji, organizacji i koordynacji działań rewolucyjnych, umożliwiając szybkie rozpowszechnianie idei oraz angażowanie szerokich grup społecznych w działania na rzecz zmiany. Ponadto media wpływają na percepcję rewolucji zarówno w skali lokalnej, jak i globalnej, kształtując narrację, która może wzmacniać lub osłabiać rewolucyjne zrywy. Mediatyzacja rewolucji zmienia sposób, w jaki społeczeństwa doświadczają i reagują na transformacje polityczne, podkreślając rosnącą rolę mediów w dynamicznych procesach społecznych i politycznych.

Pomimo iż mediatyzacja nie stanowi nowego obszaru w ramach badań mediów¹ i komunikacji, w literaturze naukowej występuje szerokie spektrum definicji tego terminu.

Współczesne podejścia do definicji mediatyzacji w przodujących badaniach nad tą koncepcją wykazują tendencję do klasyfikacji w ramach dwóch głównych nurtów, zidentyfikowanych przez Andreasa Heppa jako tradycja „instytucjonalistyczna” i „konstruktywistyczna społecznie”². W relacjach instytucjonalnych mediatyzacja jest postrzegana jako proces, w którym nie-mediowi aktorzy społeczni muszą się dostosować do „zasad, celów, logiki produkcji i ograniczeń mediów”³. W społecznych kontekstach konstruktywistycznych jest postrzegana jako proces, w którym zmieniające się technologie informacyjne i komunikacyjne napędzają „zmieniającą się komunikatywną konstrukcję kultury i społeczeństwa”.

Mediatyzacja według definicji zawartej w „Słowniku terminologii medialnej” oznacza „proces pośrednictwa mediów w poznawaniu świata; wpływanie przez media na postrzeganie przez człowieka rzeczywistości niedostępnej bezpośrednio doświadczeniu wraz z konsekwencjami takiego pośrednictwa; kształtowaniem obrazu całej rzeczywistości społecznej, a nawet kompleksowych doświadczeń społecznych pod wpływem konstrukcji medialnych”⁴.

Inne rozróżnienie określa proces mediatyzacji poprzez dwie główne perspektywy badawcze⁵. Pierwsza to perspektywa socjologiczna, według której mediatyzacja jest procesem „społecznej i kulturowej zmiany”, w ramach którego „kultura, codzienność i tożsamość ludzi przeobrażają się pod wpływem rozwoju mediów”⁶. Mediatyzacja prowadzi bowiem do tego, że „różnicuje się i poszerza się komunikacyjne otoczenie ludzi, a wskutek tego coraz więcej osób coraz częściej i w coraz bardziej zróżnicowany spo-

¹ por. N. Couldry, A. Hepp, *Conceptualizing mediatization: context, traditions, arguments*. „Communication Theory”, nr 23, Oxford 2013, s. 196; G. Mazzoleni, W. Schulz, *Mediatization of politics...*, dz. cyt., s. 249; A. Hepp, *The communicative figurations of mediatized worlds: mediatization research in times of the „mediation of everything”*, „European Journal of Communication”, nr 28, Londyn 2013, s. 616; S. Hjarvard, *The mediatization of society: a theory of media as agents of social and cultural change*, „Nordicom Review”, nr 29/2, Goteborg 2008, s. 105.

² A. Hepp, *The communicative...*, dz. cyt., s. 616.

³ G. Mazzoleni, W. Schulz, *Mediatization of...*, dz. cyt., s. 249.

⁴ W. Pisarek (red.), *Słownik terminologii medialnej*, Wyd. Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych Universitas, Kraków 2006, s. 118.

⁵ M. Meyen, *Medialisierung*, „Medien und Kommunikationswissenschaft”, 57(1), Klagenfurt 2009, s. 26-27.

⁶ F. Krotz, *Metaprozesse sozialen und kulturellen Wandels und die Medien*, „Medien Journal”, 27(1), Wiedeń 2003, s. 7.

sób wiąże swoje społeczne i komunikacyjne działania z coraz bardziej różnorodnymi mediami”⁷. Druga jest perspektywą typowo komunikologiczną i w tym ujęciu mediatyzacja to przede wszystkim społeczne skutki coraz bardziej zdominowanego przez media masowe procesu komunikowania publicznego. W takim rozumieniu mediatyzacja powoduje konieczność uwzględniania przez różne podmioty procesu komunikacji publicznej logiki i specyfiki działania mediów⁸.

Pojęcie mediatyzacji używane jest przez S. Hjarvarda jako „centralna koncepcja w teorii zarówno wzmożonego, jak i zmieniającego się znaczenia mediów w kulturze i społeczeństwie. Koncepcja ta jest czymś więcej niż etykietą zbioru zjawisk, które świadczą o wzmożonym wpływie mediów i powinna również odnosić się do innych, centralnych teorii socjologicznych”⁹. Teoria mediatyzacji musi być nie tylko dobrze zdefiniowana, wszechstronna i spójna, ale musi także udowodnić swoją użyteczność jako narzędzie analityczne oraz swoją empiryczną ważność poprzez konkretne badania nad mediatyzacją w wybranych obszarach. W związku z tym, teoria mediatyzacji powinna być w stanie opisać ogólne trendy rozwojowe w społeczeństwie w różnych kontekstach oraz za pomocą konkretnych analiz, wykazać wpływ mediów na różne instytucje i sfery działalności ludzkiej. To wymaga od teorii mediatyzacji nie tylko precyzyjnego określenia kluczowych pojęć i mechanizmów, przez które media wpływają na struktury społeczne i kulturowe, ale również rozwinięcia metodologii umożliwiającej dokonanie empirycznej weryfikacji tych wpływów¹⁰.

Jesper Stromback dowiódł, że mediatyzacja jest pojęciem wielowymiarowym i ma charakter procesu, co odzwierciedla złożoną wzajemną zależność między mediami, społeczeństwem i kulturą oraz że możliwe jest rozróżnienie między czterema fazami mediatyzacji¹¹.

Pierwsza faza mediatyzacji, dotyczy momentu, w którym media masowe zaczynają dominować jako główne źródło informacji i kanał komunikacji między różnymi aktorami społecznymi. W tej fazie media stają się kluczowym pośrednikiem w przekazywa-

⁷ Tamże, s. 13-14.

⁸ J. Westerbarkey, *Journalismus und Öffentlichkeit. Aspekte publizistischer Interdependenz und Interpenetration*, „Publizistik”, 40(2), Heidelberg 1995, s. 155.

⁹ S. Hjarvard, *The Mediatization of Society...*, dz.cyt., s.113.

¹⁰ Tamże, s.113.

¹¹ J. Stromback, *Four phases of mediatization: An analysis of the mediatization of politics*, „The International Journal of Press/Politics”, 13(3), Londyn 2008, s. 228-246.

niu treści i kształtowaniu dyskursu publicznego, co wpływa na percepcje, postawy i opinie społeczne. Druga faza charakteryzuje się wzrostem niezależności mediów od organów rządowych czy innych podmiotów politycznych. W tej fazie media jako bardziej autonomiczne organizacje, zyskują na znaczeniu na poziomie instytucjonalnym; logika mediów staje się więc ważniejsza dla tych, którzy próbują wpłynąć na media i ich treści. Trzecia faza mediatyzacji charakteryzuje się dominującą rolą mediów w społeczeństwie, gdzie niezależność i znaczenie mediów osiągają poziom, przy którym wszyscy aktorzy społeczni muszą dostosować się do logiki mediów. Media w tej fazie kierują się własną logiką, co oznacza, że wszelkie instytucje i jednostki społeczne muszą akceptować warunki narzucane przez media. W czwartej fazie, aktorzy polityczni i społeczni nie tylko dostosowują się do logiki mediów i dominujących wartości informacyjnych, ale także wewnętrznie przyswajają te zasady, pozwalając logice mediów i standardom nowości stać się integralną częścią procesów rządzenia.

Według Schulza mediatyzacja odnosi się do zmian społecznych powiązanych z rozwojem mediów komunikacyjnych, pełniąc kluczową rolę w czterech głównych procesach: rozszerzeniu, substytucji, amalgamacji i adaptacji¹².

Rozszerzenie dotyczy sposobu, w jaki technologie medialne poszerzają naturalne granice ludzkich zdolności komunikacyjnych, umożliwiając przekraczanie barier przestrzennych i czasowych oraz pokonywanie ograniczeń kodowania wiadomości. Substytucja polega na częściowym lub całkowitym zastępowaniu działalności społecznych i instytucji społecznych przez media, zmieniając ich charakter. Amalgamacja oznacza mieszanie się aktywności medialnych z aktywnościami niemedialnymi, gdzie użytkowanie mediów wplata się w codzienność życia, przenikając sferę zawodową, ekonomię, kulturę, politykę i sferę publiczną. Adaptacja wskazuje na zmiany społeczne indukowane samym istnieniem mediów komunikacyjnych.

Mediatyzacja jest zatem złożonym procesem, w którym media nie tylko odzwierciedlają i pokazują rzeczywistość, ale aktywnie uczestniczą w kształtowaniu struktur społecznych, kulturowych i politycznych, wpływając na sposób, w jaki społeczeństwo komunikuje się, organizuje i rozumie realia. Zasadniczo pojęcie mediatyzacji próbuje uchwycić długoterminowe procesy relacji między zmianą mediów z jednej strony a

¹² W. Schulz, *Reconstructing Mediatization as an Analytical Concept*, „European Journal of Communication”, 19(1), Londyn 2004, s. 88.

zmianami społecznymi i kulturowymi z drugiej. Jako zinstytucjonalizowane i technologiczne środki komunikacji, media stały się integralną częścią bardzo różnych kontekstów ludzkiego życia¹³. Widać już, że jest to pojęcie bardzo wszechstronne, obejmujące dyskusje dotyczące między innymi mediatyzacji polityki, wojny, religii, medycyny, nauki, muzyki, tożsamości, zdrowia, dzieciństwa, teatru, turystyki, pamięci, zmian klimatu, konsumpcji, szaleństwa, śmierci, związków intymnych i edukacji¹⁴.

W ramach dyskursu akademickiego o nowoczesnych rewolucjach politycznych niezbędne jest uwypuklenie roli mediów jako centralnego elementu organizacji i percepcji tych zjawisk. W erze cyfrowej media odgrywają fundamentalną rolę w szybkim mobilizowaniu społeczeństwa, umożliwiając aktywistom natychmiastowy dostęp do szerokiej grupy odbiorców poprzez media społecznościowe i niezależne platformy informacyjne. Szybka wymiana informacji pozwala na efektywną organizację działań rewolucyjnych, co jest szczególnie istotne w obliczu represji ze strony władz lub dynamicznie zmieniających się okoliczności politycznych. Jednocześnie, media kształtują narrację dotyczącą wydarzeń politycznych, wpływając na sposób ich postrzegania zarówno na poziomie krajowym, jak i międzynarodowym. Rewolucjoniści mogą być przedstawiani jako bohaterowie walczący o wolność lub jako zagrożenie dla porządku publicznego, co w znaczący sposób wpływa na społeczne i polityczne reakcje.

W kontekście globalnej komunikacji, międzynarodowe media determinują również reakcje społeczności międzynarodowej, mogąc wpłynąć na uzyskanie wsparcia dyplomatycznego i finansowego lub na potępienie i izolację ruchów rewolucyjnych, w zależności od dominującej narracji.

Rewolucje jako spektakularne przejawy nagłej zmiany społecznej, symbolizują dramatyczne zerwanie z dotychczasowym porządkiem historycznym, inicjując procesy, które radykalnie transformują strukturę społeczeństwa. Takie przemiany implikują bezpośredni wpływ na zachowania i percepcje jednostek, ustanawiając rewolucję jako szczytową formę zbiorowej samotransformacji. W tej dynamicznej zmianie, struktury niezdolne do adaptacji do nowych realiów są skazane na marginalizację lub zanik, co znajduje odzwierciedlenie zarówno w naturalnym procesie ewolucji, jak i w historii

¹³ A. Hepp, S. Hjarvard, K. Lundby, *Mediatization – Empirical perspectives: An introduction to the special issue*, „Communications”, 35, Berlin 2010, s.233-238.

¹⁴ D. Deacon, J. Stanyer, *Mediatization: Key concept or conceptual bandwagon?* „Media, Culture and Society”, Londyn 2014, s. 1-2.

systemów społecznych i państwowych, czego dowodzą przykłady rewolucji francuskiej czy sowieckiej.

Rewolucje, ujmowane w tej pracy jako zasadnicze zmiany w ustalonym porządku, dokonywane przez masowe zmiany w poglądach ludzi w krótkim okresie, coraz częściej są uwarunkowane przez media. Definicja mediatyzacji rewolucji przyjęta dla tej pracy akcentuje rolę mediów jako nieodłącznego elementu w procesie zmiany społecznej, gdzie media nie tylko ułatwiają masową mobilizację i działania wykraczające poza instytucjonalne ramy, ale również kształtują percepcję i interpretację tych rewolucyjnych przeobrażeń. W erze cyfrowej, media stanowią kluczowe narzędzie w definiowaniu, diagnozowaniu i często decydowaniu o sukcesie rewolucji, umożliwiając szerokie i różnorodne formy komunikacji oraz działania społeczne przez ogólnodostępny Internet¹⁵, co przekłada się na złożone wpływy na organizację wewnętrzną i ekspansję zewnętrzną rewolucji.

Z perspektywy mediatyzacji konfliktów o charakterze rewolucji, wskazuje się na trzy kluczowe dynamiki wpływu mediów: nagłośnienie jako „przewody”, które mogą amplifikować lub stłumić działania rewolucyjne; rozwój i eskalacja, jako „języki”, przez które media kształtują narrację rewolucji; oraz współtworzenie, jako „środowiska”, gdzie unikalne cechy mediów współkształtują charakter i przebieg rewolucji. Te dynamiki, zgodnie z sugestią J. Meyrowitza oraz analizą M.F. Eskjaera, S. Hjarvarda i M. Mortensen¹⁶, pokazują, jak media mogą różnie wpływać na konflikty, będąc zarówno katalizatorem, jak i kształtującym agentem zmiany społecznej, co ma istotne znaczenie dla zrozumienia współczesnych rewolucji.

Rola mediów w kontekście rewolucyjnym, zarówno jako katalizatora jak i podmiotu kształtującego postrzeganie, wymaga głębokiej analizy w celu zrozumienia ich wpływu na trajektorię i odbiór zmian społecznych. Ta praca koncentruje się na badaniu interakcji między mediami, społeczeństwem i polityką, aby pozwolić zrozumieć mechanizmy leżące u podstaw współczesnych rewolucji społecznych i politycznych.

¹⁵ Blokady internetu stały się coraz częstszym narzędziem rządów, próbujących kontrolować przepływ informacji podczas niepokojów społecznych, protestów i rewolucji. Przykładem mogą być wydarzenia Arabskiej Wiosny czy też rewolucji w Iranie w 2009.

¹⁶ M.F. Eskjaer, S. Hjarvard, M. Mortensen, *Three Dynamics of Mediatized Conflicts*, [w:] *The Dynamics of Mediatized Conflicts*, M.F. Eskjaer, S. Hjarvard, M. Mortensen (red.), Peter Lang, Nowy Jork, 2015, s.1-10

W trakcie dokładnego przeglądu literatury przedmiotowej oraz analizy wybranych przypadków rewolucyjnych, w których media odgrywały znaczącą rolę jako katalizatory zmian społeczno-politycznych, znaleziono dużo dowodów potwierdzających te obserwacje. Podkreśla to znaczenie dalszych badań nad procesem mediatyzacji, rozumianym jako przemiana, w ramach której media przejmują rolę kluczowego elementu strukturyzującego każde doświadczenie społeczne oraz jego wpływ na dynamikę i kierunek rozwoju rewolucji. Taka analiza uwypukla to, że media nie tylko służą jako platformy dla swobodnego przepływu informacji i mobilizacji społecznej, ale również jako narzędzia umożliwiające formowanie kolektywnych tożsamości, wzmacnianie solidarności wśród uczestników ruchów, a także jako przestrzeń do negocjacji i konstruowania narracji rewolucyjnych.

W niniejszej rozprawie doktorskiej wykorzystano bogatą bibliografię obejmującą zarówno polskie, jak i zagraniczne publikacje. Głównie są to pozycje z obszaru nauk społecznych, ale także z dziedzin takich jak socjologia, komunikacja oraz politologia. Wśród kluczowych publikacji, które są często cytowane w tej rozprawie, należy wskazać m.in. „The Dynamics of Mediatized Conflicts” pod redakcją Mikkela Fugl Eskjaera, Stiga Hjarvarda i Mette Mortensen, ukazującą dynamikę i mechanizmy mediatyzacji konfliktów, oraz książkę Denisa McQuaila „Teoria komunikowania masowego”, która dostarcza fundamentów teoretycznych dla analizy mediów masowych.

W cytowanych w rozprawie tekstach polskich autorów uwzględniono także prace następujących badaczy: Tomasza Goban-Klasa, Małgorzaty Lisowskiej-Magdziarz, Magdaleny Szpunar, Agnieszki Szuty, Józefa Skrzypczaka oraz wielu innych.

W zestawieniu należy umieścić także prace Andreasa Heppa i Nicka Couldry'ego, Stiga Hjarvarda, Winfrieda Schulza oraz Friedricha Krotza, których badania nad mediatyzacją dostarczyły cennych spostrzeżeń na temat procesów mediatyzacji oraz wpłynęły na teoretyczne i terminologiczne podstawy tej rozprawy.

Wśród licznych pozycji innych zagranicznych autorów dominują głównie te związane z badaniami nad wpływem nowych mediów na różne aspekty życia społecznego i kulturowego, takie jak polityka, wojna, religia, nauka, muzyka i komunikacja. Na szczególną uwagę zasługują prace autorów takich jak Paul Levinson, Manuel Castells, José van Dijck, Marshall McLuhan, Leah A. Lievrouw oraz Sonia Livingstone. Prace tych autorów dostarczyły cennych analiz i perspektyw dotyczących mediów cyfrowych, sieci społecznych i komunikacji w erze cyfrowej.

W rozprawie przywołano również prace następujących autorów: Pitirim Sorokin, Crane Brinton, Rex Hopper, Timur Kuran, Johnson Chalmers oraz Karl Deutsch. Ci autorzy dostarczyli cennych teorii i analiz dotyczących etapów rewolucji, ich przyczyn oraz dynamiki, co znacząco wzbogaciło teoretyczne podstawy niniejszej rozprawy.

Zestawienie powyższych źródeł stanowi podstawę teoretyczną i empiryczną dla analiz i wniosków przedstawionych w niniejszej rozprawie. Publikacje te, w kontekście rewolucji, umożliwiły głęboką refleksję nad mediatyzacją, jej procesami i konsekwencjami, a także wzbogaciły zakres koncepcyjny i definicyjny przeprowadzonych badań. Dodatkowo, uwzględnienie literatury z innych obszarów badawczych pozwoliło na szersze spojrzenie na problematykę oraz bardziej kompleksową analizę.

Zgromadzenie kluczowych prac naukowych odbyło się poprzez systematyczne poszukiwanie w bazach danych i czasopismach naukowych. Proces ten obejmował identyfikację artykułów, których tytuły, abstrakty lub słowa kluczowe zawierały terminy związane z mediatyzacją rewolucji, takie jak „rewolucja”, „mediatyzacja” oraz konkretne nazwy mediów. Kryteria wyboru literatury były ściśle związane z potrzebą zrozumienia roli, jaką media odgrywają w kształtowaniu nowoczesnych ruchów rewolucyjnych, ich zdolności do wpływania na publiczne dyskursy, a także w jaki sposób te technologie komunikacyjne przyczyniają się do zmian w strukturach władzy i relacjach społecznych.

W przeglądzie rewolucji preferowano te prace, które zostały opublikowane w recenzowanych czasopismach naukowych, co przyczynia się do pogłębienia rozumienia roli mediów w kontekście rewolucyjnym. Taki selektywny wybór literatury ma na celu nie tylko konsolidację istniejących dowodów na temat mediatyzacji procesów rewolucyjnych, ale także identyfikację potencjalnych obszarów niezbadanych, które mogą stanowić grunt dla przyszłych badań. Przyjęcie tego podejścia metodologicznego umożliwi badanie dowodów w literaturze, skupiając się na wpływie mediatyzacji na procesy rewolucyjne. Ponadto, zajmowanie się tą tematyką pozwoli na rozwój i udoskonalenie ram teoretycznych, które mogą służyć jako fundament dla przyszłych badań w tej dziedzinie, oferując nowe perspektywy na złożoną interakcję między mediami a społecznymi przemianami.

Na podstawie przeglądu literatury i analizy dostępnych badań, zdecydowano o wyselekcjonowaniu konkretnych rewolucji, które zostały następnie szczegółowo omówione w treści pracy. Ten proces selekcji opierał się na kryteriach takich jak znaczenie historyczne wydarzeń, dostępność solidnych danych empirycznych, a także na ich poten-

cyjale do ilustracji różnorodnych aspektów mediatyzacji w kontekście zmian społeczno-politycznych. Wybrane rewolucje stanowią reprezentatywny przekrój przez różne epoki i regiony, co pozwala na dogłębne zrozumienie wpływu mediów na dynamikę tych przełomowych wydarzeń. Analiza tych przypadków pozwoliła na wyciągnięcie wniosków dotyczących roli, jaką media odgrywają w mobilizacji społecznej, kształtowaniu opinii publicznej oraz w procesach rewolucyjnych, podkreślając ich wpływ na nowoczesne społeczeństwa.

Głównym celem rozprawy jest zrozumienie i opisanie roli i wpływu mediów na współczesne rewolucje oraz zbadanie czy rewolucje, podobnie jak szereg innych zjawisk, również ulegają mediatyzacji, czyli procesowi, w którym media nie tylko relacjonują wydarzenia rewolucyjne, ale również wpływają na ich przebieg, percepcję przez społeczeństwo oraz ostateczny wynik. Pomoże w tym analiza procesów komunikacji społecznej realizowanych za pośrednictwem mediów, które przyczyniły się do mediatyzacji rewolucji oraz wyjaśnienie, w jaki sposób doszło do tego zjawiska.

W osiągnięciu celu głównego pomocna będzie realizacja następujących celów częściowych (pomocniczych):

1. Zrozumienie istoty, dynamiki i kierunków zmian procesów mediatyzacji, z uwzględnieniem znaczenia nowych mediów w tych procesach.
2. Wyjaśnienie pojęcia rewolucji, jej typów oraz teoretycznych ujęć tego zjawiska (w historii i obecnie).
3. Zrozumienie, jaką rolę odgrywały media w wybranych rewolucjach, począwszy od 1640 roku do chwili obecnej oraz jak zmieniała się rola mediów w przebiegu wybranych rewolucji w miarę postępu technologicznego.
4. Próba całościowego i wieloaspektowego wyjaśnienia wpływu nowoczesnych technologii medialnych na przebieg rewolucji na przykładzie protestów w Gezi Park (Turcja) w roku 2013.
5. Próba identyfikacji powtarzających się mechanizmów dotyczących wykorzystania mediów w rewolucjach oraz sformułowania ogólnych praw w obszarze potencjalnego wpływu mediów na przebieg rewolucji.

Głównym problemem badawczym rozprawy, skorelowanym z celem pracy, jest zidentyfikowanie mechanizmów i skutków mediatyzacji współczesnych rewolucji, ze szczególnym uwzględnieniem roli nowych mediów w kształtowaniu przebiegu, percepcji oraz ostatecznego wyniku tych wydarzeń. Aby to osiągnąć, należy odpowiedzieć na następujące pytania badawcze:

1. Jakie są kluczowe cechy nowych mediów oraz jak wpływają one na dynamikę i kierunki zmian w procesach mediatyzacji?
2. W jaki sposób media kształtowały przebieg wybranych rewolucji od 1640 roku do chwili obecnej?
3. Jak różne etapy technologicznego rozwoju mediów wpływały na przebieg wybranych rewolucji w różnych okresach historycznych?
4. Jak media społecznościowe wpływały na przebieg i dynamikę protestów w Gezi Park w 2013 roku?
5. Jakie powtarzające się mechanizmy dotyczące wykorzystania mediów można zidentyfikować i jaka jest ich rola w kontekście rewolucji?

Uzupełniające pytania badawcze służą jako ramy do analizy i zrozumienia złożoności związku między mediami a rewolucjami. Pytania te dotyczą historycznej roli mediów w rewolucjach, możliwości istnienia współczesnych rewolucji bez udziału mediów (w tym mediów społecznościowych), wpływu nowych mediów na społeczeństwo, ich roli w inicjowaniu zmian, realnego wpływu na rozwój kryzysów rewolucyjnych, możliwości przywództwa opartego na mediach społecznościowych, najbardziej przydatnych elementów mediów społecznościowych w kontekście rewolucji oraz różnicy między udziałem a wykorzystaniem mediów w procesach rewolucyjnych. Tak sformułowane pytania badawcze umożliwiają kompleksowe zrozumienie roli mediów społecznościowych w kształtowaniu współczesnych ruchów rewolucyjnych, akcentując ich wpływ na dynamikę, strategię oraz ostateczne wyniki tych procesów.

Hipoteza rozprawy zakłada, że współczesne rewolucje są znacząco kształtowane przez rozwój mediów, a ich przebieg jest coraz bardziej uzależniony od mediów społecznościowych. Autor zakłada, że mediatyzacja rewolucji to proces, w którym logika mediów zajmuje pozycję dominującą względem samych rewolucji, przesądzając o ich znaczeniu, dostępności informacji oraz postrzeganiu przez społeczeństwo. Hipotezy pomocnicze rozwijają ten temat, wskazując na rosnące znaczenie mediów społecznościowych w rewolucjach, ich kluczową rolę w inicjowaniu, przebiegu i zakończeniu zmagania, oraz na to, jak logika medialna wpływa na funkcjonowanie rewolucji.

Hipotezy częściowe (pomocnicze):

H.1. Mediatyzacja rewolucji miała i ma miejsce, intensyfikując swój wpływ na rewolucje wraz z rozwojem mediów.

H.2. Media społecznościowe w rewolucjach zdobywają główną pozycję i mają decydujące znaczenie dla początku, przebiegu i zakończenia współczesnych rewolucji.

H.3. Logika medialna determinuje funkcjonowanie rewolucji (rewolucje się zmediatyzowały).

H.4. Media społecznościowe relacjonują przebieg rewolucji, stając się dla społeczeństwa podstawowym źródłem wiedzy na jej temat.

Aby osiągnąć zdefiniowane w rozprawie cele badawcze oraz zweryfikować postawione hipotezy, przyjęto strukturę pracy, która najefektywniej odpowiada na wymagania wynikające z przeprowadzonych badań.

W niniejszej pracy zastosowano różnorodne metody badawcze¹⁷, które pozwoliły na wszechstronną analizę roli mediów w kontekście współczesnych ruchów rewolucyjnych.

Ważnym aspektem badań była analiza historyczna¹⁸, obejmująca studium przypadków rewolucji, takich jak rewolucja angielska, amerykańska, francuska i rosyjska, co pozwoliło zrozumieć wspólne cechy i różnice między nimi. Ta metoda uwzględniała także analizę etapów, przez które przechodzą rewolucje, oraz ich przyczyn społeczno-ekonomicznych i politycznych.

Badania socjologiczne¹⁹ odegrały kluczową rolę w analizie wpływu mediów społecznościowych na mobilizację uczestników protestów oraz na kształtowanie opinii publicznej. W szczególności analizowano odpowiedzi i strategie stosowane przez władze oraz inne zainteresowane strony, co umożliwiło głębsze zrozumienie nowych form walki o przestrzeń publiczną i wolność słowa w dobie cyfryzacji.

Jedną z kluczowych metod była analiza zawartości²⁰, obejmująca badanie ilościowe tweetów, w tym liczbę tweetów na użytkownika, ich rozkład ilościowy oraz używane języki. Analizowano również różnorodność narracji w mediach tradycyjnych i społecz-

¹⁷ M. Lisowska-Magdziarz, *Metodologia badań nad mediami – nurty, kierunki, koncepcje, nowe wyzwania*, „Studia Medioznawcze” nr 2 (53), Warszawa 1013, s. 27-42.

¹⁸ C.J.H. Fowler, M.A.R. Kirby, L.A. Macaulay, *Historical analysis: a method for evaluating requirements capture methodologies*, „Interacting with Computers”, Volume 2, Issue 2, Amsterdam 1990, s. 190-240.

¹⁹ M. Such-Pyrgiel, *The new way of use methods and tools in the implementation of sociological and social research*, „Journal of Modern Science”, 39(4), Józefów 2018, s.25-50.

²⁰ S. Michalczyk, *Uwagi o analizie zawartości mediów*, „Rocznik Prasoznawczy” 3, 2009, s. 95-109.

nościowych, co umożliwiło zrozumienie sposobu komunikowania i interpretacji protestów.

Kolejną metodą była analiza treści²¹, która obejmowała badanie tweetów, zarówno oryginalnych, jak i retweetów, z użyciem narzędzi do analizy tekstu, modelowania tematycznego²² oraz analizy sentymentu. Celem tej analizy było zrozumienie dominujących tematów, emocji oraz strategii komunikacyjnych używanych przez uczestników protestów.

Analiza dyskursu²³ stanowiła istotny element badań, skupiając się na ocenie sposobów, w jakie uczestnicy protestów komunikowali swoje stanowiska, uczucia i reakcje. W tym kontekście identyfikowano kluczowe motywy emocji i strategii retorycznych obecnych w tweetach związanych z wydarzeniami w Gezi Park.

W ramach tej pracy przeprowadzono również analizę retoryczną²⁴, która koncentrowała się na jakościowej analizie treści, emocji oraz retoryki, co pozwoliło przechwytać subtelne niuanse społeczno-polityczne obecne w komunikatach.

Analiza źródłowa²⁵ była istotna dla dogłębnego zrozumienia demografii protestujących, ich motywacji oraz percepcji publicznej, z wykorzystaniem raportu KONDA oraz danych pierwotnych z mediów społecznościowych. Analiza ta umożliwiła identyfikację dominujących tematów, mechanizmów rozprzestrzeniania się informacji i głównych narracji. Ponadto, analiza źródłowa wiązała się także z literaturą, której przegląd został przedstawiony wcześniej, co umożliwiło osadzenie badań w szerszym kontekście teoretycznym i wzbogaciło analizę o dodatkowe perspektywy badawcze.

Zastosowano również analizę porównawczą²⁶, która polegała na porównaniu różnych ruchów społecznych na świecie, w celu identyfikacji unikalnych i wspólnych cech mediatyzacji protestów. Dzięki temu możliwe było zrozumienie specyfiki rewolucji w

²¹ E. Kalinowska, *Analiza treści jako technika badawcza*, „Dyskursy młodych andragogów”, Zielona Góra 2001, s. 15-31.

²² M. Kretinin, G. Nguyen, *Topic Modeling on News Articles using Latent Dirichlet Allocation*, IEEE 26th International Conference on Intelligent Engineering Systems (INES), Georgiopolis Chania 2022, s. 249-254.

²³ A. Seklecka, *Metodologie łączenia analizy treści z analizą dyskursu. Przykład badań nad dyskursem medialnym dotyczącym inwigilacji i prywatności*, „Athenaeum” 78, Toruń 2023, s. 195-208.

²⁴ A. Mamcarz-Plisiecki, *Retoryka i językoznawstwo – obszary spotkania*, „Roczniki humanistyczne”, t. LXVI, zeszyt 6, Toruń 2018, s. 111-135.

²⁵ R. Bäcker, *Metodologia badań politologicznych*, Polskie Towarzystwo Nauk Politycznych, Warszawa 2016.

²⁶ B. Michalak, *Metody porównawcze stosowane w badaniach systemów wyborczych*, „Athenaeum” vol. 51, Toruń 2016, s. 7-27.

Parku Gezi w kontekście globalnym, podkreślając ich specyfikę jako fenomenu medialnego. Te różnorodne metody badawcze pozwoliły na kompleksowe zrozumienie roli mediów społecznościowych w mediatyzacji protestów w Parku Gezi oraz na analizę wpływu komunikacji online na rzeczywiste działania społeczne i polityczne.

Analiza ilościowa tweetów podczas protestów w Parku Gezi obejmowała zliczanie i analizowanie liczby postów związanych z protestami oraz zaangażowania użytkowników. Dzięki tej metodzie można było określić intensywność wykorzystania mediów społecznościowych podczas protestów, co pozwoliło na lepsze zrozumienie skali oraz dynamiki aktywności online. Dostarczone dane dotyczące liczby tweetów, retweetów oraz unikalnych użytkowników zaangażowanych w komunikację umożliwiły identyfikację głównych punktów kulminacyjnych aktywności społecznej oraz ocenę efektywności mobilizacji online.

Analiza sentymentu polegała na ocenie emocjonalnego zabarwienia tweetów, co pozwoliło na zrozumienie dominujących emocji w dyskusjach online. Zaawansowane narzędzia do analizy sentymentu umożliwiły identyfikację emocji, co przyczyniło się do lepszego zrozumienia nastrojów społecznych oraz emocjonalnej reakcji uczestników protestów na bieżące wydarzenia. Analiza ta dostarczyła wglądu w reakcje różnych grup społecznych na rozwój sytuacji, co miało kluczowe znaczenie dla zrozumienia dynamiki protestów.

W analizie źródłowej tweetów wykorzystano modelowanie tematyczne - metodę wykorzystującą algorytmy do identyfikacji głównych tematów poruszanych przez użytkowników mediów społecznościowych. Algorytmy takie jak Latent Dirichlet Allocation (LDA) pozwoliły na automatyczne grupowanie tematycznie pokrewnych postów, co umożliwiło zidentyfikowanie kluczowych kwestii i wątków dominujących w komunikacji online. Dzięki temu można było zrozumieć, które tematy były najważniejsze dla uczestników protestów oraz jak zmieniały się one w czasie, co dostarczyło cennych informacji na temat struktury dyskursu publicznego w mediach społecznościowych.

Analiza treści tweetów obejmowała szczegółowe badanie zarówno oryginalnych tweetów, jak i retweetów, w celu zrozumienia, które informacje miały największy rezonans wśród użytkowników i były najczęściej rozpowszechniane. Ta metoda pozwoliła na identyfikację najbardziej wpływowych komunikatów i narracji, które kształtowały opinie i zachowania uczestników protestów. Umożliwiła również zrozumienie strategii komunikacyjnych stosowanych przez protestujących oraz ich przeciwników, co miało kluczowe znaczenie dla oceny efektywności różnych taktyk mobilizacyjnych.

Analiza demograficzna i motywacyjna protestujących, dostarczyła wnikliwego spojrzenia na strukturę uczestników protestów, wykazując ich zróżnicowanie oraz motywacje. Z kolei analiza mediów społecznościowych pozwoliła na odkrycie kluczowych tematów i sentymentów dominujących w dyskursie wokół protestów, jak również na mapowanie sieci rozpowszechniania informacji. Wyniki te rzucają światło na dynamikę i skalę zaangażowania społecznego w kontekście rewolucji w Parku Gezi. Wyniki analizy zostały zinterpretowane przez pryzmat teorii mediatyzacji, wskazując na znaczącą rolę mediów społecznościowych w mobilizacji uczestników oraz kształtowaniu narracji o protestach. Porównanie z innymi ruchami społecznymi umożliwiło identyfikację unikalnych i wspólnych cech mediatyzacji w kontekście globalnym, podkreślając specyfikę rewolucji w Parku Gezi jako fenomenu medialnego.

W rozdziale pierwszym pokazano znaczenie nowych mediów we współczesnej rzeczywistości, podkreślając ich oddziaływanie na struktury społeczne, kulturowe oraz polityczne²⁷. Wskazano na przejście od tradycyjnych form komunikacji do interaktywnych, globalnych platform, które umożliwiają wymianę myśli i idei bez ograniczeń²⁸. Podkreślono również wyzwania, jak dezinformacja czy naruszenie prywatności²⁹. Omówiono genezę Internetu³⁰, jego ewolucję i znaczenie dla społeczeństwa, w tym wpływ na dynamikę rynku pracy i transformacje w krajobrazie mediów. Znaczącym elementem jest rola mediów społecznościowych jako „nowych nowych mediów”³¹, które zmieniają relacje między konsumentem a producentem treści. Podkreślono, że media te nie tylko umożliwiają wymianę informacji, ale redefiniują sposób, w jaki ludzie tworzą i utrzymują relacje społeczne oraz uczestniczą w dyskursie publicznym. W rozdziale podkreślono znaczenie rozwijania umiejętności krytycznego myślenia i weryfikacji in-

²⁷ L. A. Lievrouw, S. Livingstone, *Introduction*, [w:] *Handbook of New media: The Social Shaping and Consequences of ICTs*, red. L.A. Lievrouw, S. Livingstone, Sage, Londyn 2002; Logan, R.K. *Understanding New Media: Extending Marshall McLuhan*, Peter Lang Publishing, Nowy Jork 2010; L. Manovich, *The Language of New Media*, MIT Press, Cambridge 2001; D. McQuail, *Teoria komunikowania masowego*, PWN, Warszawa 2008; T. Goban-Klas, *Spoleczeństwo medialne*, Wyd. WSiP, Warszawa 2005; A. Adamski, *Media w analogowym i cyfrowym świecie*, Dom Wydawniczy Elipsa, Warszawa 2012.

²⁸ T. Goban-Klas, P. Sienkiewicz, *Spoleczeństwo. Szanse, zagrożenia, wyzwania*, Wydawnictwo Fundacja Postępu Telekomunikacji, Kraków 1999; T. Goban-Klas, *Nadchodzące społeczeństwo medialne*, „Chowanna”, 29, Katowice 2007.

²⁹ P. Trzaskowski, *Nie sposób dialogować z pięścią. O skuteczności zewnętrznej moderacji w walce z nieetycznymi komentarzami internetowymi*, „Kultura-Media-Teologia”, nr 29, 2017.

³⁰ M. Bryła, G. Stegienta, I. Maniecka-Bryła, *Internet jako źródło informacji o zdrowiu publicznym. Cz. I. Geneza i historia Internetu*, „Zdrowie Publiczne”, Vol. 119, nr 3, 2009; R. Szwed, *Początki Internetu w Polsce*, Polskie Towarzystwo Fizyczne, „Postępy Fizyki”, T. 72, z. 4, 2001.

³¹ P. Levinson, *Nowe Nowe Media*, red. D. Gołoś, Wydawnictwo WAM, Kraków 2010.

formacji w kontekście nowych mediów, podnosząc kwestie bezpieczeństwa i ochrony prywatności w cyfrowym świecie³². Rozdział analizuje znaczący wpływ mediów, zwłaszcza nowych mediów, na ruchy społeczne, podkreślając, jak platformy internetowe i media społecznościowe umożliwiają szybkie rozprzestrzenianie się idei i mobilizację społeczną na niespotykaną dotąd skalę. Zwrócono uwagę na przykłady, gdzie media odgrywały kluczową rolę w organizacji protestów³³, kampanii społecznych i rewolucji, umożliwiając uczestnikom koordynowanie działań, wymianę informacji i wzajemne wsparcie w czasie rzeczywistym³⁴. Podkreślono także, jak media przyczyniają się do kształtowania opinii publicznej i wzmacniania solidarności społecznej, a także jak mogą być wykorzystywane do przeciwdziałania niesprawiedliwości i promowania zmian społecznych³⁵. Rozdział pokazuje, że nowe media zrewolucjonizowały sposób, w jaki ruchy społeczne organizują się i komunikują, ale również przyniosły wyzwania związane z dezinformacją i manipulacją.

Rozdział drugi poświęcono analizie mediatyzacji – procesowi, który zyskał na znaczeniu wraz z rozwojem i przemianami mediów oraz ich rosnącą rolą w życiu codziennym, kulturze i społeczeństwie. Pokazano różne podejścia i definicje mediatyzacji, podkreślając jej wielowymiarowy charakter i wpływ na różne aspekty życia społecznego³⁶. Przedstawiono kluczowe koncepcje i teorie, w tym podział na perspektywy instytucjonalne, społeczno-konstruktywistyczne i materialne oraz ich znaczenie dla zrozumienia wpływu mediów na procesy społeczne. Mediatyzacja jest zobrazowana jako metaproces, który obejmuje nie tylko zmiany w sposobie komunikacji, ale również wpływa na strukturę społeczną, kulturową i polityczną, zmieniając relacje międzyludzkie, praktyki społeczne i percepcję rzeczywistości. Rozdział podkreśla, jak mediatyzacja wpływa na percepcję i rozumienie rewolucji, zarówno przez uczestników, jak i obserwatorów. Pokazuje, że media nie tylko informują o wydarzeniach, ale również kształtują sposób, w jaki są one postrzegane i interpretowane, co może wpływać na ich przebieg i wyniki.

³² M. Szpunar, *Czym są nowe media – próba konceptualizacji*, „Studia Medioznawcze”, nr 4 (35), Warszawa 2008.

³³ A. Szuta, *Media społecznościowe jako grunt pod nowe media społeczne*, „Świat Idei i Polityki”, Tom 13, Bydgoszcz 2014.

³⁴ J. Nowak, *Glokalna e-mobilizacja: (naprawdę) nowe media narzędziem obywatelskiej mobilizacji*, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, „Nowe Media”, 1, Toruń 2010.

³⁵ D. McQuail, *Teoria komunikowania ...*, dz. cyt.

³⁶ N. Couldry, A. Hepp, *Conceptualizing mediatization ...*, dz. cyt.; G. Mazzoleni, W. Schulz, *Mediatization of politics ...*, dz. cyt.; A. Hepp, *The communicative figurations ...*, dz. cyt.; S. Hjarvard, *The mediatization of ...*, dz. cyt.

Dzięki mediom, wydarzenia rewolucyjne mogą zyskać globalny zasięg, mobilizując wsparcie i zwiększając świadomość społeczną. Analiza ta rzuca światło na złożoność i dynamikę współczesnych mediów, ich rolę w kształtowaniu społeczeństwa i polityki oraz na trwające dyskusje na temat ich wpływu na procesy demokratyczne i publiczne dyskursy.

W rozdziale trzecim poświęcono uwagę szeroko pojętemu zjawisku rewolucji, analizując jego istotę, znaczenie światopoglądowe, etapy rozwoju, a także konkretne przypadki historyczne. Rewolucje zostały zdefiniowane jako dramatyczne zerwanie z czasem historycznym, skutkujące diametralną zmianą struktury społecznej i bezpośrednio oddziałujące na zachowania jednostek, co jest uznawane za szczytową formę samotransformacji społecznej. Przedstawiono różnorodne perspektywy na etapy rewolucji, w tym teorie Pitirima Sorokina³⁷, Crane Brintona³⁸ i Timura Kurana³⁹, które ukazują dynamikę zmian rewolucyjnych od nasilenia napięć społeczno-gospodarczych, przez alienację elit, po gwałtowne przejście władzy i konsekwencje post-rewolucyjne. Kluczowe rewolucje w historii, od Wielkiej Rewolucji Francuskiej, poprzez rewolucje w Rosji, aż do współczesnych ruchów społecznych, przedstawiono, ukazując ich wpływ na zmiany polityczne, społeczne i ekonomiczne na przestrzeni wieków. Omówiono podziały rewolucji, ich przyczyny strukturalne i przejściowe. Pokazano rewolucję jako kompleksowe i wielowymiarowe zjawisko, które znacząco przyczynia się do kształtowania współczesnego świata poprzez wpływ na formowanie się nowoczesnych państw i społeczeństw.

W rozdziale czwartym omówiono rozwój i wpływ mediów na przebieg różnych rewolucji, począwszy od angielskiej wojny domowej w XVII wieku, przez rewolucję amerykańską, rewolucję październikową, aż po nowożytną rewolucję, gdzie kluczową rolę odegrały media społecznościowe. Analiza obejmuje sposób, w jaki prasa, radio, telewizja, a później Internet i media społecznościowe, wpływały na mobilizację społeczną, koordynację działań protestacyjnych i rozprzestrzenianie ideologii rewolucyjnych. Zwrócono uwagę na specyfikę każdego medium w różnych okresach historycznych, jak również na ich dostępność, cenzurę oraz metody omijania ograniczeń przez uczestników rewolucji. Na przykładach z historii pokazano, że media były nie tylko

³⁷ P. Sorokin, *The Sociology of Revolution*, Howard Fertig, Nowy Jork 1967.

³⁸ C. Brinton, *Anatomy of Revolution*, Vintage, Nowy Jork 1965.

³⁹ T. Kuran, *Sparks and Prairie Fires: A Theory of Unanticipated Political Revolution*, „Public Choice”, vol. 61, nr 1, Dordrecht 1989.

narzędziem do informowania, ale także ważnym czynnikiem wpływającym na przebieg i efektywność działań rewolucyjnych. Rewolucje angielska, amerykańska, październikowa, czy wydarzenia na Filipinach i Ukrainie w roku 2004, ilustrują ewolucję mediów oraz ich rosnącą rolę w mobilizowaniu społeczeństwa i kształtowaniu opinii publicznej. Znaczącą jest obserwacja, jak zmieniały się metody komunikacji i przekazu informacji, od drukowanych broszur, przez radio i telewizję, po cyfrowe platformy internetowe, a także sposób, w jaki każde z tych narzędzi było adaptowane do potrzeb i możliwości ówczesnych rewolucjonistów. Rozdział podkreśla, że media nie tylko odgrywały rolę w przekazywaniu informacji, ale również w kształtowaniu świadomości politycznej, mobilizacji mas oraz w kreowaniu narracji rewolucyjnych, co miało bezpośredni wpływ na przebieg i skutki rewolucji.

W rozdziale piątym przedstawiono analizę skoncentrowaną na wykorzystaniu mediów społecznościowych podczas Rewolucji w Gezi Park, uwypuklając ich złożoną i wielowymiarową rolę w nowoczesnych ruchach społecznych. Media społecznościowe, przekraczając tradycyjne funkcje dystrybucji informacji, stały się narzędziem mobilizacji, organizacji działań w czasie rzeczywistym, dokumentacji wydarzeń, a także platformą dla dziennikarstwa obywatelskiego. Ich zdolność do tworzenia emocjonalnej narracji i symbolicznej konstrukcji przestrzeni publicznej odegrała kluczową rolę w kształtowaniu i podtrzymywaniu protestów. Wyjaśniono, jak media społecznościowe umożliwiły szybkie łączenie się osób o wspólnych przekonaniach, przyczyniając się do stworzenia nowego poczucia centralności społecznej wokół miejsc protestów. Równocześnie zwrócono uwagę na potencjalne ryzyka, takie jak izolacja uczestników od rzeczywistych działań terenowych. Przedstawiając media społecznościowe jako narzędzie o złożonym wpływie na współczesny aktywizm, wskazano na ich rolę w pokonywaniu rozproszenia przestrzennego i umożliwianiu nowych form przywództwa, jednocześnie podkreślając potrzebę integracji z tradycyjnymi formami organizacji protestów. W ramach niniejszego rozdziału rozprawy doktorskiej przyjęto interdyscyplinarną metodologię badawczą, łączącą analizę danych pierwotnych pochodzących z raportu KONDA z zaawansowaną analizą treści mediów społecznościowych. Wykorzystanie danych o demografii protestujących, ich motywacjach i percepcji publicznej umożliwiło dogłębne zrozumienie kontekstu rewolucji w Parku Gezi i jej uczestników.

Podsumowanie kluczowych ustaleń podkreśla znaczenie mediatyzacji dla zrozumienia dynamiki i skutków rewolucji w Parku Gezi. Implikacje teoretyczne dotyczą roli mediów w mobilizacji społecznej i kształtowaniu opinii publicznej, podczas gdy impli-

kacje praktyczne oferują wgląd w strategię komunikacji dla organizatorów protestów i polityków. Zaproponowanie kierunków przyszłych badań otwiera pole do dalszej eksploracji wpływu mediów na współczesne ruchy społeczne, wskazując na potrzebę badań nad nowymi formami mediatyzacji w zmieniającym się krajobrazie medialnym.

Rozdział 1

Nowe media i ich rola we współczesnym świecie

W dobie cyfryzacji i wszechobecnej konwergencji technologicznej, nowe media zyskały na znaczeniu, stając się nie tylko narzędziem komunikacji, ale również istotnym elementem kształtującym współczesne społeczeństwo, kulturę oraz politykę. Rozdział ten ma na celu zgłębienie i analizę różnorodnych aspektów nowych mediów, które wyraźnie odróżniają je od tradycyjnych form przekazu, takich jak telewizja, radio czy prasa. W kontekście szybkiego postępu technologicznego, który zmienia sposób, w jaki żyjemy i komunikujemy się, nowe media stają się kluczowym elementem w kształtowaniu naszej codzienności.

Autor zbada w jaki sposób nowe media, dzięki swojej interaktywności, globalnemu zasięgowi i dostępowi do szerokiej gamy treści, przekształcają tradycyjne formy komunikacji i wpływają na procesy społeczne, kulturowe oraz polityczne. Autor omówi jak przejście od jednokierunkowego przekazu informacji, charakterystycznego dla tradycyjnych mediów, do modelu bardziej dynamicznego i partycypacyjnego, wpływa na sposób, w jaki społeczeństwo postrzega siebie i świat wokół siebie.

Nowe media, dzięki swojej zdolności do łączenia ludzi z różnych zakątków świata, sprzyjają powstawaniu globalnych społeczności, gdzie wymiana myśli i idei może odbywać się bez ograniczeń czasowych czy geograficznych. Ta nieograniczona komunikacja i współpraca międzykulturowa stawiają nowe media w centrum globalnego dialogu, umożliwiając lepsze zrozumienie i szacunek dla różnorodności kulturowej.

Jednakże, oprócz wielu korzyści, nowe media niosą ze sobą również wyzwania i zagrożenia. Zjawiska takie jak dezinformacja, manipulacja treścią, czy naruszanie prywatności stały się istotnymi problemami, które wymagają analizy i rozwiązania.

Podsumowując, ten rozdział ma na celu nie tylko przedstawienie i analizę wpływu nowych mediów na różne aspekty życia społecznego, ale również zbadanie wyzwań i możliwości, jakie one przed nami stawiają. Zrozumienie roli nowych mediów we

współczesnym świecie jest kluczowe dla kształtowania przyszłości w sposób świadomy i odpowiedzialny.

1.1. Definicja i charakterystyka nowych mediów

Rozwój kulturowy, który obejmuje zarówno sferę materialną, jak i niematerialną, opiera się na zmianach w tych dwóch obszarach. Pierwsza sfera dotyczy wszelkiego rodzaju technologii, podczas gdy druga obejmuje utrwalone wzorce zachowania, takie jak sposoby komunikacji. Zgodnie z obserwacją Williama Ogburna, rozwój technologiczny zazwyczaj wyprzedza zmiany w sferze niematerialnej, co oznacza, że ludzie dopasowują się do nowych technologii dopiero po pewnym czasie⁴⁰.

Ten proces odnosi się również do mediów, a wraz z ich rozwojem pojawiła się potrzeba wprowadzenia dodatkowej kategorii, co zostało zrealizowane w latach 60. XX wieku przez wprowadzenie terminu „nowe media” w dyskursie naukowym⁴¹. Nowe media zakwestionowały typowe dla tradycyjnych mediów hierarchiczne schematy przekazu, poprzez wprowadzenie interaktywności oraz wzmocnienie roli odbiorcy.

Nowe media to termin nawiązujący do form komunikacji i dystrybucji informacji, które wykorzystują nowoczesne technologie. Istotą nowych mediów jest możliwość interakcji, współtworzenia i udostępniania treści przez użytkowników, co odróżnia je od tradycyjnych mediów, takich jak telewizja, radio czy prasa.

Zgodnie z informacjami zawartymi w „Popularnej encyklopedii mass mediów”, termin „nowe media” odnosi się do wszelkich technik przekazu i technologii, które stały się powszechnie stosowane od lat 80. XX wieku. Komunikacja z wykorzystaniem nowych mediów charakteryzuje się trzema kluczowymi aspektami: interaktywnością, indywidualizacją oraz asynchronizmem. Interaktywność oznacza, że użytkownicy mają możliwość aktywnego uczestnictwa w procesie komunikacji, na przykład poprzez tworzenie i dzielenie się własnymi treściami⁴². Indywidualizacja sugeruje, że nowe media mogą być dostosowane do unikalnych potrzeb i preferencji każdego użytkownika, a asynchronizm oznacza, że komunikacja nie musi odbywać się w czasie rzeczywistym -

⁴⁰ Ogburn W. *Social Change with Respect to Culture and Original Nature*, Huebsch, Nowy Jork 1922, s. 200-212.

⁴¹ M. Szpunar, *Czym są...*, dz. cyt., s. 32.

⁴² Por. Zacher L.W., *Transformacje społeczeństw konsumpcyjnych – między technika a kulturą*, [w:] red. S. Partycki, *Kultura a rynek*, tom 1, Wydawnictwo KUL, Lublin 2008, ss. 50-51.

użytkownicy mogą wysyłać i odbierać wiadomości w dowolnym czasie. Ponadto, termin „nowe media” jest również rozumiany jako nowe techniki informacyjno-komunikacyjne. To rozumienie podkreśla rolę technologii w umożliwianiu i kształtowaniu nowych form komunikacji, od społeczności online po zaawansowane formy multimedialne. W tym kontekście, nowe media stanowią zarówno narzędzie jak i pole dla innowacji w dziedzinie komunikacji i informacji⁴³.

Według L. A. Lievrouw i S. Livingstone definicja nowych mediów, w kontekście technologii komunikacyjnych opartych na informatyce, koncentruje się na złożonej, trzyczęściowej strukturze. Pierwszym elementem tej struktury są artefakty i urządzenia techniczne, które stanowią fizyczne narzędzia umożliwiające wymianę informacji. Urządzenia te mogą obejmować szerokie spektrum technologii, od komputerów osobistych i smartfonów do zaawansowanych systemów przetwarzania danych i infrastruktury sieciowej. Drugi element odnosi się do działań i praktyk, które umożliwiają wymianę informacji. Działania te obejmują szerokie spektrum aktywności, od prostych form komunikacji, takich jak e-mail i czat, do bardziej złożonych form interakcji, takich jak wideokonferencje, gry online i media społecznościowe. Praktyki te są zdefiniowane przez umiejętności techniczne i społeczne, które są niezbędne do korzystania z tych technologii, a także przez normy i zasady, które regulują ich użycie. Trzeci element odnosi się do organizacji społecznych, które powstają w ramach tych praktyk. Mogą one obejmować formalne instytucje, takie jak firmy i agencje rządowe, które wykorzystują nowe media do komunikacji i zarządzania, a także mniej formalne grupy i społeczności powstające w ramach interakcji społecznej, która jest możliwa dzięki tym technologiom. Jednostki te odgrywają kluczową rolę w kształtowaniu sposobu, w jaki nowe media są używane i rozumiane, a także w tworzeniu i utrzymaniu infrastruktury technicznej i społecznej umożliwiającej ich istnienie⁴⁴.

R. K. Logan sformułował koncept nowych mediów jako formy mediów cyfrowych, które są interaktywne, umożliwiają komunikację dwukierunkową i wykorzystują przetwarzanie danych. Ta definicja wskazuje na dynamiczną i interaktywną naturę nowych mediów, które w przeciwieństwie do tradycyjnych, jednokierunkowych form mediów,

⁴³ J. Skrzypczak (red.), *Popularna encyklopedia mass mediów*, Kurpisz SA, Poznań 1999, s. 375.

⁴⁴ L. A. Lievrouw, S. Livingstone, *Introduction...*, dz. cyt., s. 7.

umożliwiają aktywne uczestnictwo użytkowników i gromadzenie oraz analizę danych generowanych przez tę interakcję⁴⁵.

Tymczasem Lev Manovich interpretuje nowe media jako ewolucję tradycyjnych mediów, które przeszły proces cyfryzacji i przekształcenia w formę umożliwiającą przeprowadzanie obliczeń. Ten punkt widzenia nawiązuje do fenomenu konwergencji mediów, który jest ściśle powiązany z procesem ich cyfryzacji. Taka konwergencja eliminuje granice pomiędzy różnymi medium, harmonizując ich działanie do wspólnego mianownika⁴⁶. Nawiązując do teorii de Kerckhove'a (1997), w efekcie konwergencji różne media „stapiają się” w jedno, tworząc zintegrowany ekosystem komunikacyjny. Właśnie z tej konwergencji wynika silna, a wręcz dominująca pozycja nowych mediów, które stają się uniwersalnym narzędziem komunikacji, edukacji, pracy i rozrywki. Ta integracja mediów, ułatwiona przez cyfryzację, przyspiesza ewolucję komunikacji i wpływa na społeczeństwo na różnych poziomach - od indywidualnych praktyk do globalnych trendów i dynamiki społecznej⁴⁷.

Podobne stanowiska wyrażają również inni autorzy w literaturze medioznawczej w Polsce. Na przykład według H. Tomaszewskiej, termin „nowe media” obejmuje szerokie spektrum różnorodnych środków przekazu, które korzystają z technologii cyfrowej. Cechują się one doskonałą jakością, dostępnością i funkcjonalnością. Kluczowe atrybuty nowych mediów obejmują ciągłe i szybkie ulepszanie parametrów technicznych, proces miniaturyzacji, standaryzację, obniżanie jednostkowych kosztów produkcji oraz redukcję kosztów dla użytkowników. Ponadto, nowe media wykazują wysoki stopień interaktywności, co oznacza, że użytkownicy nie są już tylko biernymi odbiorcami, ale mogą aktywnie uczestniczyć w procesie komunikacji⁴⁸.

Zbigniew Bauer, wskazuje, że nowe media to w zasadzie „stare” (analogowe) media przetworzone na formę cyfrową. Niemniej jednak, Bauer podkreśla, że sama „cyfrowość” nie jest wystarczającym warunkiem do klasyfikacji medium jako „nowego”. W kontekście tego procesu, Bauer zauważa, że równie ważne jest występowanie „nowej świadomości” zarówno u nadawców, jak i odbiorców przekazu. Ten termin odnosi się

⁴⁵ Logan, R.K. (2010). *Understanding New...*, dz. cyt., s. 4-5.

⁴⁶ L. Manovich, *The Language...*, dz. cyt., s. 43.

⁴⁷ D. de Kerckhove, *Inteligencja otwarta. Narodziny społeczeństwa sieciowego*, Wydawnictwo Mi-kom, Warszawa 2001, s. 34.

⁴⁸ H. Tomaszewska, *Młodzież, rówieśnicy i nowe media. Społeczne funkcje technologii komunikacyjnych w życiu nastolatków*, Wydawnictwo Akademickie Żak, Warszawa 2012, s. 61.

do zmiany mentalnej perspektywy, która pozwala uczestnikom procesu komunikacji lepiej zrozumieć i wykorzystać możliwości oferowane przez technologię cyfrową. Jak sugeruje Bauer, jest to podobne do roli, jaką oprogramowanie odgrywa w przypadku komputera, dając mu „życie” i umożliwiając realizację specyficznych zadań⁴⁹.

Z perspektywy wybranych rozważań ważne wydaje się omówienie cech nowych mediów autorstwa Lva Manovicha, często cytowane przez badaczy⁵⁰ i odnoszące się do ich cyfrowego pochodzenia. Należy zwrócić uwagę na pięć kluczowych aspektów⁵¹:

1. Reprezentacja numeryczna: obiekty nowych mediów są zapisywane w formie cyfrowej, czyli w postaci danych matematycznych i przetwarzane przez urządzenia elektroniczne. Na przykład plik dźwiękowy jest reprezentowany jako zapis binarny fali dźwiękowej, co odróżnia go wyraźnie od mediów analogowych.
2. Modularność: obiekty nowych mediów składają się z niezależnych elementów, takich jak subpiksele, piksele, znaki kodowe czy bardziej złożone moduły aplikacji. Taka struktura ułatwia modyfikacje poszczególnych elementów danego obiektu medialnego.
3. Automatyzacja: tworzenie i rozpowszechnianie nowo-medialnych obiektów jest ułatwione dzięki automatyzacji. Przykładem może być wykorzystanie gotowych obiektów czy efektów trójwymiarowych podczas tworzenia gry komputerowej.
4. Variability (wariancyjność): obiekty nowych mediów mogą istnieć w różnych, teoretycznie nieskończonych wersjach, które różnią się szczegółami. Przykładem może być zmodyfikowane zdjęcie cyfrowe uzyskane poprzez nałożenie filtrów.
5. Transcoding (transkodowanie): nowe media składają się z dwóch warstw - warstwy kulturowej i komputerowej - i mogą być swobodnie transferowane między nimi. Na przykład film, który jest zapisem wydarzeń w warstwie kulturowej, może zostać przetworzony na zbiór pikseli i odwrotnie. Jest to, według Manovicha, najważniejsza cecha, która pokazuje związek nowych mediów z urządzeniami cyfrowymi, takimi jak komputery i ich pochodne.

⁴⁹ Z. Bauer, *Dziennikarstwo wobec nowych mediów*, Wyd. Universitas, Kraków 2009, s. 127.

⁵⁰ Na przykład: M. Szpunar, *Czym są...*, dz. cyt., K. Prajzner *Podstawowe pojęcia nowych mediów – definicje*, czy Ł. Goryszewski *Spoleczne aspekty nowych mediów*.

⁵¹ Manovich, L., *The language...*, dz. cyt., s. 92-118.

Nowe media wykazują szereg unikalnych cech, które wyraźnie odróżniają je od ich tradycyjnych odpowiedników. Poniżej przedstawione są kluczowe aspekty, które wg Denisa McQuaila zazwyczaj przypisuje się nowym mediom⁵²:

1. Wzajemne powiązanie: nowe media tworzą złożoną sieć powiązań, w której informacje są nieustannie wymieniane pomiędzy wieloma użytkownikami i platformami.
2. Dostęp indywidualnych użytkowników: w przeciwieństwie do tradycyjnych mediów, które zazwyczaj mają wyraźnie zdefiniowane role nadawcy i odbiorcy, nowe media umożliwiają użytkownikom pełnienie obu tych ról.
3. Interaktywność: nowe media są z natury interaktywne, umożliwiając użytkownikom nie tylko konsumpcję, ale także tworzenie i udostępnianie treści.
4. Wielość sposobów użycia i otwartość: Nowe media oferują różnorodne sposoby wykorzystania, od komunikacji i przekazywania informacji do edukacji, rozrywki i twórczości artystycznej.
5. Wszechobecność: nowe media są powszechne, dostępne niemal wszędzie i o każdej porze dzięki technologiom mobilnym i sieciom bezprzewodowym.
6. Niedookreśloność przestrzenną i delokalizację: nowe media nie są ograniczone do konkretnego miejsca lub regionu. Mogą być dostępne i wykorzystywane niemal wszędzie, gdzie istnieje połączenie internetowe.

Denis McQuail, identyfikuje też siedem kluczowych cech charakterystycznych dla nowych mediów⁵³:

1. Interaktywność: to poziom, na którym użytkownik może reagować na treść dostarczaną przez nadawcę. W ramach tego wymiaru uwzględnia się zarówno interakcję jednostronną, jak i wielostronną, czyli możliwość wpływania na treść medialną przez użytkownika.
2. Obecność społeczna (socjalność): to poczucie osobistego kontaktu z innymi użytkownikami mediów. Dotyczy to zarówno interakcji bezpośrednich, jak i pośrednich, ułatwiających nawiązanie relacji społecznych w przestrzeni wirtualnej.
3. Bogactwo mediów: odnosi się do stopnia, w jakim medium redukuje niejednoznaczność komunikacji poprzez dostarczanie licznych wskazówek kontekstual-

⁵² D. McQuail, *Teoria komunikowania...*, dz. cyt., s. 57.

⁵³ Tamże, s. 156.

nych, angażowanie różnych zmysłów oraz podkreślanie indywidualności przekazu.

4. Autonomia: to stopień niezależności, który użytkownik posiada w stosunku do źródła informacji i stopnia kontroli, jaką nad nim sprawuje. Dotyczy to możliwości wyboru treści, momentu i miejsca jej odbioru.
5. Ludyczność: to aspekt, który podkreśla, że nowe media są źródłem rozrywki, a nie tylko narzędziem do praktycznego wykorzystania. Wiąże się z tym rosnący trend gamifikacji i interaktywności mediów cyfrowych.
6. Prywatność: kojarzona z używaniem medium lub jego typowym albo wybranym przekazem.
7. Personalizacja: to stopień, w jakim przekaz jest unikalny i dostosowany do indywidualnych preferencji użytkownika. Dotyczy to zarówno personalizacji treści, jak i sposobu jej prezentacji.

Przegląd różnych definicji nowych mediów, zarówno w literaturze akademickiej, jak i w praktyce, ujawnia, że jednym z najczęściej przypisywanych nowym mediom atrybutów jest interaktywność⁵⁴. Ta cecha, pomimo że jest często postrzegana jako immanentna i najbardziej reprezentatywna, pozostaje pojęciem niejednoznacznie i często nieprecyzyjnie definiowanym w literaturze. Interaktywność, w różnych kontekstach, może być interpretowana na wiele sposobów. Wydaje się być słowem-kluczem, które odsłania przed użytkownikami nowych mediów niemal nieograniczone możliwości. Nie jest to jednak pojęcie jednoznaczne, a jego interpretacja może się różnić w zależności od perspektywy, kontekstu i zakresu zastosowania⁵⁵.

Nowe media wprowadzają również nowe jakości do kultury, takie jak intertekstualność - zjawisko odwoływania się do innych tekstów, które jest powszechne w mediach

⁵⁴ Por. B. Przywara, A. Adamski, A. Kiciński, M. Szewczyk, A. Jupowicz-Ginalska, *Online Live-Stream Broadcasting of the Holy Mass during the COVID-19 Pandemic in Poland as an Example of the Mediatization of Religion: Empirical Studies in the Field of Mass Media Studies and Pastoral Theology*, „Religions” 12: 261, s. 2; S. Kuczamer-Kłopotowska, *Rola mediów społecznościowych w komunikacji pokolenia Y*, Uniwersytet Gdański, „Handel wewnętrzny” 2016; nr 3 (362), s. 221; D. de Kerckhove, *Inteligencja otwarta...*, dz. cyt., s. 31; M. Lister, J. Dovey, S. Giddings, I. Grant, K. Kelly, *Nowe Media*, Kraków 2009, s. 34.

⁵⁵ M. Szpunar, *Nowe stare medium. Internet między tworzeniem nowych modeli komunikacyjnych a reprodukowaniem schematów komunikowania masowego*, Wyd. IFiS PAN, Warszawa 2012, s. 43.

cyfrowych oraz unifikację form i gatunków telewizyjnych - zjawisko zacierania się granic między różnymi formami i gatunkami mediów⁵⁶.

Nowe media obejmują szeroki zakres platform i narzędzi, w tym Internet, portale społecznościowe, blogi, podcasty, strony internetowe, aplikacje mobilne i wiele innych. Dzięki temu użytkownicy mają możliwość aktywnego uczestnictwa w procesie komunikacji, a nie tylko biernego odbioru treści.

Istotą nowych mediów jest ich dynamiczny charakter, umożliwiający natychmiastową transmisję informacji na skalę globalną. Informacje mogą być szybko aktualizowane i udostępniane, co pozwala na bieżące śledzenie wydarzeń. Ponadto, nowe media są interaktywne, umożliwiając dwukierunkową komunikację między nadawcą a odbiorcą. To oznacza, że użytkownicy mogą wypowiadać się, komentować, udostępniać i tworzyć własne treści.

Nowe media mają ogromny wpływ na społeczeństwo, kulturę i politykę. Przyczyniają się do globalnej wymiany informacji, sprzyjają tworzeniu społeczności o podobnych zainteresowaniach, a także pozwalają na szerzenie idei i promowanie różnorodności. Jednocześnie, istnieje wiele wyzwań związanych z nowymi mediami, takich jak dezinformacja, brak kontroli nad treściami czy zagrożenia związane z prywatnością.

Geneza nowych mediów sięga rewolucji technologicznej, która nastąpiła wraz z wynalezieniem komputera i rozwojem Internetu⁵⁷. Początkowo Internet był dostępny tylko dla niewielkiego grona naukowców i specjalistów, ale wraz z upływem czasu stał się powszechnie dostępny dla szerokiej publiczności. Wraz z rozwojem technologii cyfrowych, takich jak szybkie łącza internetowe, urządzenia mobilne i rozwój oprogramowania, nowe media zaczęły odgrywać coraz większą rolę w naszym życiu. Internet to kompleksowa sieć połączeń między komputerami na całym świecie, umożliwiająca wymianę informacji, komunikację i dostęp do różnych zasobów. Jest to ogólnosiwiatowa sieć komputerowa, która składa się z połączonych ze sobą sieci lokalnych, regionalnych, krajowych i międzynarodowych⁵⁸.

Genezę powstania sieci internetowej można bezpośrednio wiązać z historycznym wyścigiem zbrojeń pomiędzy Związkiem Radzieckim a Stanami Zjednoczonymi. W 1957 roku, ZSRR zainicjował nową erę kosmiczną, wystrzeliwując na orbitę około-

⁵⁶ J. Skrzypczak (red.), *Popularna encyklopedia mass mediów*, Kurpisz SA, Poznań 1999, s. 376.

⁵⁷ D. McQuail, *Teoria komunikowania...*, dz. cyt., s. 58.

⁵⁸ D. McQuail, *Teoria komunikowania...*, dz. cyt., s. 144.

ziemską Sputnika - pierwszego sztucznego satelitę Ziemi. Amerykańscy strategowie, dotychczas przekonani o swojej technologicznej supremacji, zostali zmuszeni do reformułowania swojego podejścia. Początek kosmicznej rywalizacji oraz kryzys kubański w 1962 roku stały się dla amerykańskich decydentów impulsem do zwiększenia zaangażowania naukowców w rozwój zaawansowanych technologii wojskowych⁵⁹.

Stąd w 1958 roku powstała amerykańska Agencja Zaawansowanych Projektów Badawczych (ARPA; ang. Advanced Research Project Agency), z zadaniami skoncentrowanymi na kreowaniu przyszłościowych technologii. Jednym z najważniejszych projektów ARPA było stworzenie sieci komunikacyjnej, która umożliwiłaby stałą łączność pomiędzy ówczesnymi, nielicznymi komputerami i naukowcami z różnych ośrodków badawczych na terenie całych USA. Owoce tych działań było stworzenie w 1969 roku sieci o nazwie ARPANET⁶⁰.

Funkcjonowanie ARPANET-u, a później także sieci, którą obecnie znamy jako Internet, oparte zostało na dwóch kluczowych, jednak niezależnych od siebie projektach dotyczących pakietowego przesyłania danych. Pierwszy z nich stworzony został przez urodzonego w Polsce inżyniera Paula Barana z RAND Corporation, a drugi przez Donalda Daviesa z British National Physical Laboratory. Baran i Davies byli pionierami koncepcji segmentacji informacji przesyłanych przez sieć, co umożliwiło dostarczanie danych do większej liczby odbiorców, bez ryzyka ich utraty w trakcie transmisji. Paul Baran, w kontekście zimnej wojny i zagrożenia atomowego, sformułował swój model w 1962 roku. Zaproponowany Departamentowi Obrony Stanów Zjednoczonych projekt techniczny zakładał stworzenie zdecentralizowanej, elastycznej sieci komunikacyjnej, odpornej na potencjalny atak jądrowy. Założenia modelu Barana okazały się na tyle uniwersalne, że w dużym stopniu opisują obecny sposób funkcjonowania sieci internetowej⁶¹.

Początek lat 90. XX wieku zdefiniowany został przez stopniowe odchodzenie od wojskowej eksploatacji Internetu. Prywatyzacja tej innowacyjnej przestrzeni komunikacyjnej była wynikiem nasilającego się zjawiska przesyłu danych za pomocą komputerów, a także deregulacji rynku usług telekomunikacyjnych w Stanach Zjednoczonych.

⁵⁹ M.P. Pręgowski, *Zarys aksjologii Inrenetu. Netykieta jako system norm i wartości sieci*. Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2012, s. 13.

⁶⁰ M. Bryła, G. Stegienta, I. Maniecka-Bryła, *Internet jako...*, dz. cyt., s. 320.

⁶¹ M.P. Pręgowski, *Zarys aksjologii...*, dz. cyt., s. 13.

National Science Foundation (NSF), która odgrywała kluczową rolę w procesie prywatyzacji, przestała istnieć w 1995 roku, dając tym samym początek prywatnemu zarządzaniu siecią. Proces transformacji zaowocował dynamicznym rozwojem Internetu, który zaczął zyskiwać na znaczeniu, ewoluując z narzędzia o charakterze specjalistycznym do bardziej dostępnego i masowego medium. To z kolei przyczyniło się do dalszej demokratyzacji dostępu do informacji i umocniło pozycję Internetu jako kluczowej platformy komunikacyjnej na świecie⁶².

Tomasz Goban-Klas akcentował unikalne atrybuty sieci Internet, nadmienając możliwość synergicznego współistnienia Internetu z różnorodnymi technologiami telekomunikacyjnymi i teleinformatycznymi. W kontekście historii komunikacji, dominowała tendencja do eliminowania wcześniejszych form przez nowo pojawiające się systemy. Internet za to ewoluował nie prowadząc do usunięcia poprzednich technologii, lecz raczej dążąc do współistnienia z nimi w symbiotycznym i synergicznym układzie. To stanowiło fundament dla przyspieszania ich dalszego rozwoju. Goban-Klas podkreślał także synkretyczny charakter Internetu, co przejawiało się w zdolności do integracji tej technologii z innymi mediami, jak telefonia czy dynamicznie rozwijające się e-gazety⁶³.

Definiując Internet, Goban-Klas przedstawił go jako globalną sieć obejmującą centra komputerowe na całym świecie. Jednakże, swoją złożonością i skomplikowaną strukturą, sieć ta stanowi wyzwanie w precyzyjnym określeniu jej rozmiarów. Autor w swojej analizie sieci Internet zwrócił uwagę na jej wieloaspektowość i szybką ewolucję⁶⁴.

W „Słowniku terminów komputerowych” Internet definiuje się jako ogólnosiwiatowy i dynamicznie rozwijający się system powiązanych sieci komputerowych, który umożliwia globalną wymianę informacji i komunikację między milionami użytkowników na całym świecie. Jest to ogromna infrastruktura, która umożliwia dostęp do różnorodnych usług, takich jak zdalne logowanie użytkowników, przesyłanie plików, poczta elektroniczna, strony internetowe (WWW) oraz grupy dyskusyjne⁶⁵.

⁶² Ł. Sarowski, *Od Internetu Web 1.0 do Internetu Web 4.0 – ewolucja form przestrzeni komunikacyjnych w globalnej sieci*, „Rozprawy Społeczne”, 2017, Tom 11, Nr 1, s. 33.

⁶³ T. Goban-Klas, *Społeczeństwo medialne...*, dz. cyt., s. 155.

⁶⁴ T. Goban-Klas, *Społeczeństwo medialne...*, dz. cyt., s. 157.

⁶⁵ B. Pfaffenberger, *Słownik terminów komputerowych*, Wyd. Prószyński i S-ka, Warszawa 1999, s. 111.

Z kolei Z. Janowski uważa, że Internet to największa i najbardziej popularna globalna sieć informatyczna, która stanowi otwarty system, umożliwiający połączenie milionów serwerów i setek milionów komputerów użytkowników oraz lokalnych sieci komputerowych na całym świecie. Jest to kompleksowa infrastruktura, dzięki której użytkownicy mogą komunikować się, wymieniać informacje oraz korzystać z różnorodnych usług i zasobów dostępnych w sieci⁶⁶.

J. Hofmokl w swojej książce przyjmuje, że Internet jest zaawansowanym globalnym systemem komunikacyjnym, który funkcjonuje jako „sieć sieci”, składając się z połączonych prywatnych i publicznych sieci telekomunikacyjnych. Jego istnienie i funkcjonowanie oparte są na wykorzystaniu otwartych i niekomercyjnych standardów telekomunikacyjnych. Główną zasadą regulującą przepływ danych w Internecie jest tzw. zasada end-to-end, która umożliwia swobodne przesyłanie wszelkich typów danych bez preferencji dla określonej formy informacji. Dzięki temu, każdy użytkownik może komunikować się i wymieniać informacje z innymi, niezależnie od rodzaju danych czy formatu, których używa. Internet jest siecią globalną, co oznacza, że przesyłanie danych nie jest związane z żadnymi ograniczeniami terytorialnymi. Wymiana informacji nie podlega lokalnym jurysdykcjom, co pozwala na swobodny przepływ danych między różnymi krajami i regionami⁶⁷.

A. Adamski, w swojej analizie struktury Internetu, przedstawia kompleksową perspektywę tego zjawiska wykraczającą poza tradycyjne pojmowanie go jako zwykłej sieci komputerowej. W rzeczywistości Internet nie jest uporządkowanym ani hierarchicznym układem; nie posiada jednoznacznego organu zarządzającego ani formalnego właściciela. Każda z sieci składowych jest administrowana oddzielnie, a charakteryzuje się rozproszeniem oraz brakiem wyraźnego punktu centralnego.

Niemniej jednak, próba sprowadzenia Internetu wyłącznie do globalnej struktury komputerowej jest zbyt wąska i nie oddaje pełni jego charakterystyki. Adamski wskazuje trzy równoprawne aspekty definiujące Internet:

⁶⁶ J. Janowski, *Technologia informacyjna dla prawników i administratywistów*, Difin, Warszawa 2009, s. 323–327.

⁶⁷ J. Hofmokl, *Internet jako dobro wspólne*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne Spółka z o.o., Warszawa 2009, s. 64-65.

1. Aspekt techniczny: Internet jako złożona i dynamiczna struktura sieciowa, nieuporządkowana, bez centralnej kontroli, gdzie podsieci są zarządzane na zasadach decentralizacji.
2. Aspekt społeczny: Internet jako społeczność, która nie tylko korzysta z sieci, ale aktywnie tworzy i rozwija jej struktury. Zdolność do współtworzenia, komunikacji i kolaboracji sprawia, że Internet staje się również środowiskiem kulturowym i społecznym.
3. Aspekt informacyjny i praktyczny: Internet jako zbiór zasobów dostępnych użytkownikom, od danych naukowych, przez multimedia, po aplikacje i usługi. Jest to również narzędzie, które umożliwia dostęp do szerokiego spektrum informacji i zasobów na skalę globalną.

Adamski podkreśla więc, że Internet to nie tylko infrastruktura techniczna, lecz także dynamiczne zjawisko społeczne i informacyjne. Jego analiza wskazuje na złożoność i wielowymiarowość Internetu, która może być kluczem do zrozumienia jego wpływu na współczesne społeczeństwo i kulturę⁶⁸.

Internet powstał w celu umożliwienia łatwej i szybkiej komunikacji na odległość i jest jednym z najważniejszych narzędzi w dzisiejszym świecie, zarówno w życiu prywatnym, jak i biznesowym. Istota Internetu opiera się na protokołach sieciowych, które umożliwiają przesyłanie informacji w sposób bezpieczny i niezawodny. Wpływ Internetu na życie ludzi jest ogromny, a jego znaczenie wciąż rośnie, co sprawia, że jest to jeden z najważniejszych wynalazków w historii ludzkości. Głównymi celami Internetu są⁶⁹:

1. Komunikacja: Internet umożliwia komunikację na odległość, poprzez różne formy takie jak e-mail, czat, wideokonferencje, czy też media społecznościowe.
2. Dostęp do informacji: Internet stanowi ogromne źródło informacji z zakresu różnych dziedzin, z których każdy może skorzystać w celu zdobycia wiedzy na interesujący go temat.
3. Rozrywka: Internet oferuje wiele możliwości rozrywki, w tym gry online, filmy, muzykę i wiele innych form zabawy.

⁶⁸ A. Adamski, *Media w analogowym...*, dz.cyt., s. 28.

⁶⁹ T. Goban-Klas, *Spoleczeństwo medialne*, dz. cyt., s. 119-122.

W początkowym okresie istnienia sieci, kiedy funkcjonowała jako ARPANET, możliwe było jednoznaczne sklasyfikowanie jej natury i celu. Ta sytuacja jednak uległa zmianie. W dzisiejszych czasach Internet jest coraz bardziej integralnym medium komunikacji, stanowiącym narzędzie o niezwykle skomplikowanej, różnorodnej i dynamicznie zmieniającej się strukturze i funkcji⁷⁰.

Od początku lat dziewięćdziesiątych XX wieku, można zaobserwować dynamiczny wzrost popularności Internetu, który charakteryzuje się wręcz lawinowym przyrostem liczby użytkowników. Analiza statystyczna ukazuje imponujące tempo tego zjawiska. W roku 1993 internauci stanowili zaledwie około 1% światowej populacji. Dekadę później, w 2003 roku, odsetek ten wzrósł do 12,5%. Kolejne dziesięciolecie przyniosło znaczne przyspieszenie trendu, osiągając 38% w roku 2013⁷¹. Rok 2019 stanowi kolejny ważny punkt w tej ewolucji, gdyż ponad 50%⁷² ludzi na świecie korzystało wówczas z globalnej sieci, co przekładało się na ponad 4,5 miliarda internautów⁷³. W lipcu 2024 roku globalna społeczność internautów zwiększyła się do 5,45 miliarda użytkowników⁷⁴. To świadczy nie tylko o technologicznym postępie, lecz również o społeczno-kulturowym zjawisku, które przekształca sposób, w jaki ludzie komunikują się, przetwarzają informacje i uczestniczą w globalnej wymianie myśli i pomysłów.

Początki polskiego Internetu datowane są na wczesne lata dziewięćdziesiąte XX wieku, a proces ten został zainicjowany przez środowiska naukowe i techniczne, które dążyły do integracji Polski z globalną siecią informacyjną. W grudniu 1989 roku, w obliczu dynamicznie zmieniającej się sytuacji politycznej i gospodarczej w Polsce, podjęto pierwsze starania o włączenie kraju do Europejskiej Naukowej Sieci Komputerowej (EARN). Inicjatywa ta była wyrazem dążenia Polski do wzmocnienia swojej pozycji w międzynarodowym środowisku naukowym i technologicznym⁷⁵.

⁷⁰ Tamże, s. 157.

⁷¹ M. Grębosz, D. Siuda, Kreowanie wizerunku marki w mediach społecznościowych, „Studia i Prace WNEIZ US”, nr 48/2, 2017, s. 308.

⁷² *Percentage of global population accessing the internet from 2005 to 2023, by market maturity*, <https://www.statista.com/statistics/209096/share-of-internet-users-worldwide-by-market-maturity/> 03.08.2023.

⁷³ *Number of internet users worldwide from 2009 to 2022, by region*, <https://www.statista.com/statistics/265147/number-of-worldwide-internet-users-by-region/> 03.08.2023.

⁷⁴ *Number of internet and social media users worldwide as of July 2024*, <https://www.statista.com/statistics/617136/digital-population-worldwide/> 19.09.2024.

⁷⁵ D. Chalimoniuk, *Rozwój Internetu jako szansa dla przedsiębiorców*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Przyrodniczo-Humanistycznego w Siedlcach”. Seria: Administracja i Zarządzanie, nr 15, 2011, s. 211.

Przełomowym momentem w historii polskiego Internetu był dzień 17 sierpnia 1991 roku, kiedy to pomiędzy Warszawą a Kopenhagą zainicjowano pierwsze międzynarodowe połączenie wykorzystujące protokół TCP/IP⁷⁶. Był to istotny krok w integracji Polski z globalną siecią, umożliwiający wymianę danych i współpracę naukową na niespotykaną dotąd skalę. Rzeczywiste połączenie Polski z globalną siecią Internet w ramach Europejskiej Naukowej Sieci Komputerowej (EARN) nastąpiło 15 grudnia 1991 roku. Kluczowym czynnikiem umożliwiającym to było zniesienie przez Stany Zjednoczone restrykcji na dostęp do zaawansowanych technologii komputerowych i telekomunikacyjnych dla Polski. Embargo, które początkowo obejmowało kraje dawnego bloku wschodniego, hamowało rozwój technologiczny tych regionów, wpływając na ograniczenie ich potencjału w dziedzinie nowoczesnych technologii⁷⁷.

W celu koordynacji i zarządzania polską siecią internetową, przy Uniwersytecie Warszawskim powołano Zespół Koordynacyjny Naukowych i Akademickich Sieci Komputerowych. Działalność tego zespołu była kluczowa dla rozwoju infrastruktury internetowej w Polsce oraz wspierania inicjatyw związanych z edukacją, badaniami i rozwojem w dziedzinie technologii informacyjnych. W kolejnym etapie rozwoju, 14 grudnia 1993 roku, Zespół Koordynacyjny przekształcił się w niezależne przedsiębiorstwo o statusie jednostki badawczo-rozwojowej, znane jako Naukowa i Akademicka Sieć Komputerowa (NASK). Ten strategiczny krok umożliwił NASK skoncentrowanie się na rozbudowie i zarządzaniu siecią, stworzeniu ram prawnych i technicznych, a także wspieraniu innowacji w dziedzinie Internetu w Polsce⁷⁸.

Na początku 2023 roku, światowa populacja przekroczyła 8 miliardów, z czego ponad 57% mieszka na obszarach miejskich. W tym dynamicznie zmieniającym się środowisku, Internet stał się nieodzowną częścią życia globalnego społeczeństwa. W 2023 roku, liczba użytkowników telefonów komórkowych osiągnęła 5,44 miliarda, co stanowi 68% globalnej populacji. Wzrost ten, wynoszący ponad 3% w stosunku do poprzedniego roku, podkreśla rosnącą rolę mobilności w dostępie do cyfrowych zasobów⁷⁹. Według danych z pierwszego kwartału 2024 roku aż 95,9% użytkowników telefonów

⁷⁶ R. Szwed, *Początki Internetu ...*, dz. cyt., T. 72, z. 4, s. 23.

⁷⁷ D. Baran, *Internet w Polsce*, <https://repozytorium.ka.edu.pl/server/api/core/bitstreams/4613bc8c-daf4-43b3-b181-a4d926a83b18/content>, 05.08.2023.

⁷⁸ D. Chalimoniuk, *Rozwój internetu...*, dz. cyt., s. 211

⁷⁹ *Digital 2023: Global overview report*, <https://datareportal.com/reports/digital-2023-global-overview-report>, 31.12.2023.

komórkowych używało go do łączenia się z Internetem⁸⁰. Ten gwałtowny wzrost liczby użytkowników oraz ich powszechne korzystanie z Internetu za pomocą telefonów odzwierciedla coraz większe uzależnienie społeczeństwa od technologii mobilnych. Te statystyki świadczą o kontynuacji trendu cyfryzacji na całym świecie i rosnącej zależności od Internetu w codziennym życiu⁸¹.

Media społecznościowe stanowią istotny aspekt globalnej aktywności internetowej, będąc jednym z kluczowych narzędzi komunikacji oraz wymiany informacji w skali międzynarodowej. W 2024 roku liczba użytkowników mediów społecznościowych osiągnęła poziom 5,17 miliarda, co odpowiada 63,7% globalnej populacji⁸². Zjawisko to wykazuje tendencję do ciągłego wzrostu, czego dowodem jest roczny wzrost liczby użytkowników o 5,6%, co w ujęciu absolutnym oznacza przyrost o 266 milionów osób⁸³. Dynamiczny rozwój tej formy komunikacji społecznej świadczy o rosnącym znaczeniu mediów społecznościowych w życiu codziennym oraz ich wpływie na społeczne, kulturowe i gospodarcze relacje na całym świecie.

Interesującym zjawiskiem obserwowanym w 2024 roku jest spadek średniego czasu spędzanego online. Globalnie czas ten zmniejszył się o niemal 2,25% rocznie, co w praktyce oznacza redukcję o 9 minut dziennie. Ten trend może wskazywać na zmiany w nawykach konsumenckich, rosnącą świadomość znaczenia równowagi między życiem online a offline lub nasycenie cyfrowych zachowań⁸⁴.

Analiza globalnego użycia Internetu w 2024 roku rzuca światło na dynamiczną naturę cyfrowego krajobrazu. Z jednej strony obserwujemy kontynuację trendów wzrostowych w zakresie dostępności i użycia Internetu, z drugiej zaś pojawiają się nowe wzorce, takie jak spadek czasu spędzanego online, co może sygnalizować ewolucję w sposobie, w jaki ludzie na całym świecie angażują się w cyfrową rzeczywistość. Te glo-

⁸⁰ *Share of users worldwide accessing the internet in 1st quarter 2024, by device*, <https://www.statista.com/statistics/1289755/internet-access-by-device-worldwide/>, 19.09.2024

⁸¹ *Digital 2023: Global overview report*, <https://datareportal.com/reports/digital-2023-global-overview-report>, 31.12.2023.

⁸² *Number of internet and social media users worldwide as of July 2024*, <https://www.statista.com/statistics/617136/digital-population-worldwide/> 19.09.2024.

⁸³ *Digital Poland 2024 – raport social media w Polsce*, <https://empemedia.pl/digital-poland-2024-raport-social-media-w-polsce/> 19.09.2024

⁸⁴ *How much time does the average person spend on the internet?* <https://www.oberlo.com/statistics/how-much-time-does-the-average-person-spend-on-the-internet> 19.09.2024

balne tendencje mają istotne implikacje dla przyszłego rozwoju technologicznego, ekonomii cyfrowej, kultury oraz polityki globalnej.

W Polsce, podobnie jak w wielu innych krajach, Internet stał się nieodzownym elementem codzienności, pełniąc kluczową rolę w komunikacji, edukacji, rozrywce oraz biznesie. Liczba użytkowników Internetu, która na początku 2024 roku osiągnęła poziom 35,75 miliona, stanowiąc 88,1% populacji kraju, jest świadectwem ogromnego zasięgu i wpływu cyfrowych technologii. Wzrost liczby użytkowników Internetu o 8,79% w porównaniu z 2022 rokiem wskazuje na dynamiczny rozwój infrastruktury cyfrowej oraz rosnące zapotrzebowanie społeczeństwa na dostęp do cyfrowych zasobów⁸⁵. Co istotne, w 2023 roku aż 93,3% gospodarstw domowych posiadało dostęp do Internetu⁸⁶.

Z analizy danych zawartych w raporcie „Digital 2024: Poland” wynika, że w styczniu 2024 roku liczba użytkowników mediów społecznościowych w Polsce osiągnęła poziom 27,9 miliona, co stanowi 68,8% ogólnej populacji kraju. Ten wskaźnik reprezentuje znaczący odsetek społeczeństwa, który regularnie korzysta z różnorodnych platform mediów społecznościowych. Jednakże, należy zwrócić uwagę na fakt, że zgromadzone dane mogą nie odzwierciedlać wyłącznie unikalnych użytkowników, co jest istotne z perspektywy dokładności analizy. Dodatkowo, raport ujawnia, że 74,7% całkowitej liczby użytkowników Internetu w Polsce angażuje się w aktywność na co najmniej jednej z platform mediów społecznościowych. Ta statystyka podkreśla głęboką penetrację mediów społecznościowych w polskim społeczeństwie cyfrowym oraz ich znaczący wpływ na codzienne praktyki korzystania z Internetu⁸⁷.

Internet, jako zjawisko cywilizacyjne, zrewolucjonizował świat na przestrzeni ostatnich kilku dziesięcioleci, stając się nierozłącznym elementem współczesnych społeczeństw. Jego wpływ na generowanie innowacji, tworzenie nowych technologii, usług i zawodów jest tak znaczący, że trudno go przecenić. Nie tylko spopularyzował narzędzia komunikacji pośredniej, umożliwiając realizację wizji McLuhana o „globalnej wiosce”, ale także otworzył drogę dla pionierskich technologii, takich jak rozszerzona i wirtualna

⁸⁵ *Digital 2024: Poland*, <https://datareportal.com/reports/digital-2024-poland?rq=poland> 20.09.2024.

⁸⁶ *Spółeczeństwo informacyjne w Polsce w 2023 r.*, GUS, <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/nauka-i-technika-spoleczenstwo-informacyjne/spoleczenstwo-informacyjne/spoleczenstwo-informacyjne-w-polsce-w-2023-roku,2,13.html> 19.09.2024

⁸⁷ *Digital 2024: Poland*, <https://datareportal.com/reports/digital-2024-poland?rq=poland> 20.09.2024..

rzeczywistość czy sztuczna inteligencja. Te nowe technologie mogą zdefiniować kolejne etapy ewolucji Internetu w nadchodzących latach.

Równocześnie, dynamika rozwoju Internetu, wpłynęła na istotne transformacje w krajobrazie mediów. Integracja mediów tradycyjnych z cyfrowymi, stała się nieodwracalnym procesem. Rozwój Internetu stworzył nowe, specjalistyczne role, które są obecnie kluczowe dla strategii biznesowych wielu organizacji. Wyłoniło się zapotrzebowanie na osoby odpowiedzialne za optymalizację strony internetowej, aby była ona jak najwyżej w wynikach wyszukiwania w przeglądarkach internetowych (SEO); czy też osoby odpowiedzialne za planowanie i zarządzanie płatnymi kampaniami reklamowymi w wyszukiwarkach internetowych (SEM), które stały się niezbędnym narzędziem w dzisiejszym cyfrowym krajobrazie biznesu. Równocześnie, rosnąca złożoność algorytmów sztucznej inteligencji stworzyła potrzebę na inżynierów AI, którzy mogą optymalizować przepływ danych w tych systemach.

Zauważalne są zatem wyraźne zmiany w strukturze rynku pracy, spowodowane rozwojem Internetu. Zawody, które niegdyś wydawały się być jedynie marzeniem futurologów, są obecnie codziennością i niezbędnym elementem wielu biznesów. Te dynamiczne przemiany są świadectwem nie tylko zmian technologicznych, ale również ewolucji w podejściu do pracy i sposobach realizacji biznesu w epoce cyfrowej. W konsekwencji, można stwierdzić, że Internet nie jest już tylko narzędziem, ale istotnym wyznacznikiem społecznym, kulturowym i ekonomicznym. To złożone zjawisko, które kształtuje współczesny świat i będzie nadal odgrywało kluczową rolę w jego przyszłości.

1.2. Media społecznościowe – charakterystyka zagadnienia

Nowoczesne społeczeństwo, które stopniowo przekształca się w „społeczeństwo informacyjne”⁸⁸, definiuje komunikację jako centralny element przenikający wszystkie sfery życia. Na skutek dynamicznego rozwoju technologicznego, który wydaje się przyspieszać z każdym pokoleniem, procesy komunikacyjne zaczynają przybierać nowe, nieznane dotąd formy. Paul Levinson zwraca uwagę na to, że rozwój mediów i techno-

⁸⁸ Wg T. Gobana-Klasa i P. Sienkiewicza „społeczeństwo informacyjne to społeczeństwo, które nie tylko posiada rozwinięte środki przetwarzania informacji i komunikowania, lecz środki te są podstawą tworzenia dochodu narodowego i dostarczają źródła utrzymania większości społeczeństwa”, T. Goban-Klasa, P. Sienkiewicz, *Społeczeństwo. Szanse...*, dz. cyt., s. 53.

logii nie jest rewolucyjny, lecz raczej ewolucyjny. Każde nowe medium, zamiast całkowicie zastępować poprzednie, raczej adaptuje je, integruje lub modyfikuje. W ten sposób stare i nowe formy komunikacji współistnieją i wzajemnie się uzupełniają, co doskonale ilustruje dynamikę współczesnych zmian medialnych⁸⁹. Środki przekazu, które kiedyś odgrywały dominującą rolę w przekazywaniu informacji, takie jak telewizja czy wcześniej radio, muszą teraz konkurować z nowymi mediami, w tym przede wszystkim z Internetem, mediami społecznościowymi i komunikatorami⁹⁰. Stąd też w swoich badaniach T. Goban-Klas wprowadził definicję społeczeństwa medialnego. Jego definicja „społeczeństwa medialnego” podkreśla centralne miejsce, jakie informacja i wiedza zajmują w nowoczesnych strukturach społecznych. W takim społeczeństwie, tradycyjne pojęcie produkcji nie jest już tylko związane z materialnymi dobrami, ale przede wszystkim z wiedzą jako kluczowym zasobem, który determinuje rozwój i postęp⁹¹.

Z perspektywy Gobana-Klasa, społeczeństwo medialne nie jest jedynie rezultatem technologicznej ewolucji, ale stanowi fundamentalną zmianę w charakterze interakcji społecznych. To, co jest godne uwagi w tej definicji, to przekształcenie kontaktów międzyludzkich w kontekście mediów. Stosunki międzyludzkie w tej perspektywie, nie opierają się wyłącznie na bezpośrednich interakcjach, ale stają się w dużym stopniu zapośredniczone przez używane media. To zapośredniczenie niesie ze sobą zarówno potencjał, jak i wyzwania. Z jednej strony technologia pozwala na nawiązanie kontaktu z osobami oddalonymi geograficznie czy kulturowo, z drugiej, jednakże może prowadzić do powierzchowności i dehumanizacji relacji.

Pojawienie się społeczeństwa medialnego prowadzi również do powstania nowych form kapitału społecznego, gdzie sieci kontaktów, dostęp do informacji i umiejętność jej przetwarzania stają się kluczowe dla osiągnięcia sukcesu. W takim ujęciu wiedza przestaje być tylko statycznym zasobem, ale staje się dynamiczną wartością, której przepływ i wymiana kształtują nową rzeczywistość społeczną⁹².

⁸⁹ P. Levinson, *Miękkie ostrze. Naturalna historia i przyszłość rewolucji informacyjnej*, przeł. H. Jankowska, Wydawnictwo MUZA, Warszawa 1999, s. 23–24.

⁹⁰ K. Zdrojewska, *Dekada Internetu – zmiana strategii myślenia*, [w:] „Stare” media w obliczu „nowych”, „nowe” w obliczu „starych”, red. K. Pokorna-Ignatowicz, J. Bierówka (red.), Oficyna Wydawnicza AFM, Kraków 2001, s.79 – 82.

⁹¹ T. Goban-Klas, *Społeczeństwo medialne...*, dz. cyt., s.46.

⁹² T. Goban-Klas, *Nadchodzące społeczeństwo...*, dz. cyt., s.43-45.

W swojej analizie ewolucji mediów, Levinson wprowadza do dyskursu akademickiego koncepcję „nowych nowych mediów”, rozszerzając tradycyjne podziały na media tradycyjne i nowe. Kluczowym aspektem „nowych nowych mediów” jest transformacja stosunków między konsumentem a producentem, gdzie obecnie każdy użytkownik może pełnić obie role, co jest szczególnie widoczne w przypadku blogów⁹³. Ta zmiana jest uosobieniem radykalnego przewartościowania dotychczasowego porządku komunikacyjnego. Charakterystyczny dla „nowych nowych mediów” jest również brak profesjonalizmu i autentyczność treści, wynikające z nieograniczonej swobody w publikacji. Użytkownicy mają możliwość wyboru spośród wielu form i kanałów komunikacji, co pozwala na skupienie ich aktywności w najbardziej odpowiednich środowiskach. Wspomniane media cechuje także niski koszt eksploatacji i produkcji, umożliwiając użytkownikom tworzenie treści bez konieczności znaczących inwestycji. Istotnym elementem „nowych nowych mediów” jest ich charakter „szytego na miarę”, odzwierciedlający zasadę indywidualnego wyboru medium przez użytkownika. W dobie „nowych nowych mediów” obserwujemy znaczące zróżnicowanie dostępnych narzędzi komunikacyjnych, co umożliwia użytkownikom wybór medium najlepiej odpowiadającego ich specyficznym predyspozycjom i umiejętnościom. Osoby o wyjątkowych zdolnościach oratorskich mogą preferować tworzenie podcastów, podczas gdy ci, którzy wyróżniają się talentem literackim, odnajdują swoje miejsce w tworzeniu treści pisanych, takich jak blogi. Natomiast osoby z umiejętnością formułowania zwięzłych i trafnych komunikatów mogą skutecznie korzystać z platform mikroblogowych, jak na przykład X.

Istotnym elementem charakterystycznym dla „nowych nowych mediów” jest ich zdolność do koegzystencji w złożonym, synergicznym ekosystemie, mimo że jednocześnie konkurują one o uwagę użytkowników. Media te przenikają się wzajemnie, tworząc dynamiczną przestrzeń komunikacyjną, w której różne formy przekazu współdziałają i współzawodniczą. Jak podkreśla Levinson, „nowe nowe media” wyróżniają się dostępnością i mobilnością, co czyni je bardziej atrakcyjnymi w porównaniu z tradycyjnymi formami przekazu, oferując użytkownikom nieograniczoną swobodę w dostępie do treści.⁹⁴

⁹³ „Blog stworzony przez czytelnika i pozostający pod jego wyłączną kontrolą stanowi istotę nowych nowych mediów, które pozwalają zwykłym ludziom stać się autorami, a z widzów tworzą producentów” P. Levinson, *Nowe Nowe...*, dz. cyt., s. 10

⁹⁴ Levinson P., *Nowe Nowe...*, dz. cyt., s. 11-14.

Levinson zauważa, że pojęcie „nowych nowych mediów” w dużym stopniu pokrywa się z mediami społecznościowymi i koncepcją Web 2.0 czy Web 3.0, lecz unika używania tych terminów zamiennie, argumentując, że liczby mają mniejszy ładunek semantyczny niż słowa. Kluczowym elementem jego klasyfikacji jest zdolność mediów do zmiany przyjętych ról użytkowników – z konsumentów w producentów, czytelników w pisarzy, widzów w twórców⁹⁵.

Media społecznościowe, jako kluczowy komponent „nowych nowych mediów”, odgrywają zasadniczą rolę w współczesnym krajobrazie medialnym. W kontekście definicji Paula Levinsona, media społecznościowe idealnie wpisują się w charakterystykę „nowych nowych mediów” dzięki swojej zdolności do demokratyzacji procesu tworzenia i dystrybucji treści. Levinson zwraca uwagę na to, że możliwości przekazu w „nowych nowych mediach” są nieograniczone⁹⁶, a media społecznościowe doskonale ilustrują tę cechę. Dają one użytkownikom swobodę w tworzeniu i udostępnianiu treści, co znacząco zmienia tradycyjne podejście do roli nadawców i odbiorców. Platformy te umożliwiają każdemu użytkownikowi bycie jednocześnie konsumentem i twórcą treści, co stanowi o ich unikalnym charakterze w świecie mediów.

Termin „media społecznościowe” wywodzi się od określenia social media. Pojęciem tym po raz pierwszy posłużył się w 1995 roku D. Berry. Przedstawił on „koncepte rzeczywistości hybrydowej i rzeczywistości rozszerzonej, w ramach których przestrzenie wirtualne i rzeczywiste mogą być zintegrowane w celu utworzenia hybrydowych przestrzeni mediów społecznościowych umożliwiających precyzyjną interakcję rzeczywistych i wirtualnie obecnych uczestników, architektury i obiektów”⁹⁷.

H. Rheingold, jeden z prekursorów w tej dziedzinie, opisywał media społecznościowe jako społeczne skupiska, w których jednostki komunikują się między sobą za pośrednictwem Internetu, tworząc tym samym interakcje w sieci⁹⁸. Zgodnie z tą perspektywą, media społecznościowe nie są jedynie narzędziami do przesyłania informacji, lecz przestrzeniami, gdzie ludzie mogą tworzyć i rozwijać relacje, które nie są ograniczone przez fizyczne bariery czasu i miejsca. Rheingold podkreślał też, że media społecznościowe tworzą pewną formę społeczności wirtualnej, składającą się z osób, które

⁹⁵ Tamże s.16.

⁹⁶ Tamże, s.13.

⁹⁷ D. Berry, *Social Media Spaces*, <http://www.ku24.com/~darrell/hybrid1.html> 10.08.2023.

⁹⁸ H. Rheingold, *The virtual community. Homesteading on the electronic frontier*, Wyd. Addison-Wesley, Reading MA, 1993, s. 6.

z różnych przyczyn nie mogą spotkać się osobiście. Komunikacja w tych mediach odbywa się głównie za pośrednictwem klawiatury, co umożliwia interakcje między osobami oddzielonymi od siebie dużymi odległościami. W ten sposób media społecznościowe transcendują tradycyjne ograniczenia geograficzne i umożliwiają tworzenie nowych form społeczności, charakteryzujących się wspólnymi interesami, wartościami czy celami, niezależnie od fizycznej obecności⁹⁹.

Z kolei M. Haenlein i A.M. Kaplan podkreślają interaktywny charakter mediów społecznościowych definiując je jako „złożony zbiór aplikacji internetowych, które są zakorzenione w ideologicznych i technologicznych fundamentach Web 2.0. Charakterystyczną cechą tych mediów jest umożliwienie tworzenia i wymiany treści generowanych przez użytkowników”¹⁰⁰.

Kolejna definicja jest zgodna z poprzednią i mówi, że media społecznościowe określane są poprzez trzy kluczowe elementy: treść, społeczności i Web 2.0. Treść odnosi się do materiałów tworzonych przez użytkowników, które obejmują szeroki wachlarz typów, od zdjęć, grafik i filmów, po informacje o obecności, tagi, recenzje i playlisty¹⁰¹. Te różnorodne formy treści są tworzone i publikowane przez użytkowników w sieci. Społeczności w mediach społecznościowych są grupami osób, które łączą wspólne zainteresowania, poglądy czy cele¹⁰², tworząc interaktywne sieci oparte na wymianie treści i współdzieleniu doświadczeń. Web 2.0, jako fundament technologiczny, odnosi się do ewolucji Internetu jako platformy umożliwiającej dynamiczną interakcję i współtworzenie treści przez użytkowników, zamiast pasywnej konsumpcji informacji¹⁰³. W związku z tym, media społecznościowe można zdefiniować jako złożone platformy cyfrowe, które integrują tworzenie treści przez użytkowników, budowanie społeczności i interaktywność Web 2.0, przekształcając sposób komunikacji, współdziałania i dzielenia się informacjami w cyfrowym świecie¹⁰⁴. M. Laroche, M.R. Habibi i M. Richard podkreślają, że przekazywane treści nie są jedynie pasywnie przyswajane, lecz są one

⁹⁹ Tamże, s. 23.

¹⁰⁰ A.M. Kaplan, M. Haenlein, *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media*, „Business Horizons”, Vol. 53 No. 1, 2013, s. 59-68.

¹⁰¹ T. Alqvist, A. Bäck, M. Halonen, *Social Media Roadmaps*, VTT, Helsinki 2008, s. 13.

¹⁰² M. Castells, *Społeczeństwo sieci*, PWN, Warszawa 2013, s.389.

¹⁰³ D. Kaznowski, *Nowy marketing*, VFP communications, Warszawa 2008, s. 95.

¹⁰⁴ T. Alqvist, A. Bäck, M. Halonen, *Social media...*, dz. cyt., s. 13.

aktywnie rozpowszechniane przez odbiorców¹⁰⁵. Media społecznościowe można zdefiniować również jako „narzędzia sieciowe i platformy wykorzystywane przez ludzi do wymiany opinii, spostrzeżeń, doświadczeń i poglądów między sobą”¹⁰⁶ lub też „rozwiązania technologiczne, umożliwiające dzielenie się wiedzą i opiniami”¹⁰⁷.

Obar i Wildman podobnie definiują media społecznościowe. Według nich to złożone platformy cyfrowe, które wykorzystują technologie Web 2.0 do wspierania tworzenia i dzielenia się treściami przez użytkowników, umożliwiając jednocześnie rozwój online sieci społecznych poprzez połączenie profili użytkowników i grup w dynamicznym środowisku cyfrowym¹⁰⁸.

Z kolei według D. Kaznowskiego media społecznościowe to „społeczne środki przekazu podlegające społecznej kontroli, które mogą być wykorzystywane na dowolną skalę, zawierające zarówno treść przekazu, jak i możliwe punkty widzenia odnoszące się do informacji”¹⁰⁹. Definicja ta podkreśla interaktywność i społeczny charakter mediów społecznościowych, gdzie użytkownicy nie tylko konsumują, ale również kształtują treści. Wskazanie na społeczną kontrolę i różnorodne punkty widzenia akcentuje demokratyczną naturę tych mediów, umożliwiając wymianę informacji na różną skalę, co sprzyja wielokierunkowej komunikacji i pluralizmowi treści.

Jak zauważa Van Dijck, rola mediów społecznościowych przekracza zakres prostego technologicznego przetwarzania procesów komunikacyjnych i przeniesienia ich do sfery online. Media te wprowadzają fundamentalną zmianę w naturze naszych relacji, kreacji i interakcji. Innymi słowy, media społecznościowe umożliwiają użytkownikom zajmowanie pozycji bardziej równorzędnej wobec innych podmiotów, takich jak jednostki, media tradycyjne i liczne organizacje działające w przestrzeni publicznej. Ten paradygmat przekształca użytkownika w aktywnego i kreatywnego uczestnika ekosystemu cyfrowego. Co więcej, ten uczestnik staje się istotny z perspektywy innych członków ekosystemu: jego postawy, opinie, emocje i wybory mają realny wpływ na kształ-

¹⁰⁵ M. Laroche, M.R. Habibi, M.-O. Richard, *To be or not to be in social media: How brand loyalty is affected by social media?*, „International Journal of Management”, vol. 33, nr 1, 2013, s. 76-82.

¹⁰⁶ C. Seda, *Sprzedaz online*, Helion, Gliwice, 2008, s. 87.

¹⁰⁷ M. Laroche, M.R. Habibi, M.-O. Richard, R. Sankaranarayanan, *The effects of social media based brand communities on brand community markers, value creation practices, brand trust and brand loyalty*, „Computers in Human Behavior”, vol. 28, nr 5, 2012, s. 1755-1767.

¹⁰⁸ J. Obar, S. Wildman, *Social Media Definition and the Governance Challenge: An Introduction to the Special Issue*, „Telecommunications Policy”, 39(9), 2015, s. 746.

¹⁰⁹ D. Kaznowski, *Social media – społeczny wymiar Internetu*, [w:], *E-marketing. Współczesne trendy. Pakiet Startowy*, J. Królewski, P. Sala (red.), PWN, Warszawa 2016, s. 89.

towanie rzeczywistości. Uczestnikami mogą być indywidualne jednostki oraz grupy czy organizacje. Charakterystyczną cechą mediów społecznościowych jest ich penetracja zarówno w sferę prywatną, jak i publiczną współczesnych społeczeństw, co pociąga za sobą znaczące zmiany w procesach komunikacyjnych na różnych poziomach. Media te nie tylko umożliwiają wymianę informacji, ale również redefiniują sposób, w jaki ludzie tworzą i utrzymują relacje społeczne, uczestniczą w dyskursie publicznym i wyrażają swoje tożsamości¹¹⁰.

Media społecznościowe przez Kohlego definiowane są jako cyfrowe platformy, które umożliwiają użytkownikom tworzenie specyficznych profili w serwisach społecznościowych, dzięki którym mogą projektować autentyczną osobowość online jako członkowie globalnej cyfrowej rodziny. W tych mediach zachodzi zjawisko emocjonalnego rozprzestrzeniania treści, a użytkownicy przyczyniają się do tworzenia globalnej cyfrowej świadomości zbiorowej. Podstawą działania mediów społecznościowych są dane użytkowników, które umożliwiają nawiązywanie połączeń i dzielenie się treściami, a także generowanie przychodów przez te serwisy. O ile media społecznościowe spełniają potrzeby użytkowników, ci ostatni akceptują korporacyjne wykorzystanie ich danych. Media społecznościowe oferują w tym kontekście potencjał do dyskusji i nawet wymuszania zmian w celu redefiniowania konwencji i globalnych wytycznych rządzących naszym postępowaniem, od zmian klimatycznych po dobrostan zwierząt, aktywizm polityczny i prawa człowieka¹¹¹.

Podsumowując, Levinson rozszerza tradycyjne podziały mediów, wskazując na zasadniczą zmianę w relacjach między konsumentem a producentem treści, gdzie współczesny użytkownik pełni obie role. Ta dwustronna dynamika jest widoczna szczególnie w blogach, gdzie brak profesjonalizmu łączy się z autentycznością treści, oferując użytkownikom nieograniczoną swobodę w publikacji. Media te charakteryzują się niskim kosztem eksploatacji i produkcji oraz indywidualnym doborem medium, co pozwala na wybór najbardziej odpowiednich platform komunikacyjnych. Media społecznościowe jako integralna część „nowych nowych mediów”, odzwierciedlają tę zmianę, umożliwiając użytkownikom bycie zarówno konsumentami, jak i twórcami treści. Zgodnie z

¹¹⁰ J. Van Dijck, *Culture of Connectivity. A critical history of social media*, Oxford Scholarship, Oxford 2013, s. 21.

¹¹¹ F. Kohle, *Reappraising social media: The rise of the global digital family*, Research Anthology on Usage, Identity, and Impact of Social Media on Society and Culture, IGI Global, 2022, s. 57-85.

definicją Kohlega, media społecznościowe są cyfrowymi platformami, które nie tylko ułatwiają tworzenie i udostępnianie treści, ale także przyczyniają się do tworzenia globalnej cyfrowej świadomości zbiorowej. Przenikają one w sferę prywatną i publiczną, redefiniując sposób, w jaki ludzie komunikują się i utrzymują relacje społeczne. Kluczową cechą mediów społecznościowych jest możliwość interakcji, która umożliwia użytkownikom udział w dyskusjach na tematy globalne i wpływanie na zmiany w globalnych konwencjach i wytycznych. Media społecznościowe są więc złożonym zbiorem aplikacji internetowych, które integrują tworzenie treści przez użytkowników, budowanie społeczności i interaktywność Web 2.0. Są one narzędziem demokratyzacji procesu tworzenia i dystrybucji treści, a ich unikalność polega na zdolności do jednoczesnego pełnienia roli konsumenta i twórcy przez użytkownika, co stanowi o ich niezwykłym charakterze w świecie mediów. Podsumowując przytoczone definicje, można zauważyć, że większość z nich podkreśla kluczową rolę interaktywności, demokratyzacji tworzenia treści oraz obywatelskiej kontroli w kształtowaniu współczesnych mediów społecznościowych. Wszystkie te elementy akcentują fundamentalną zmianę w komunikacji i relacjach międzyludzkich, gdzie użytkownicy są jednocześnie konsumentami i twórcami treści, a media stają się przestrzenią dynamicznej wymiany informacji i kształtowania kapitału społecznego.

1.2.1. Najważniejsze platformy mediów społecznościowych

W dzisiejszym świecie, w którym technologia odgrywa kluczową rolę w naszym codziennym życiu, media społecznościowe stały się integralną częścią naszej komunikacji i interakcji z innymi ludźmi. Istnieje wiele różnych platform mediów społecznościowych, które przyciągają uwagę milionów użytkowników na całym świecie.

Wszystkie one mają swoje unikalne cechy, atrakcyjne dla różnych grup użytkowników. Jednak łączy je to, że umożliwiają pozostawanie w kontakcie z innymi ludźmi, dzielenie się treściami, nawiązywanie nowych znajomości i eksplorowanie różnorodnych tematów. Platformy te przyczyniły się również do transformacji sposobu, w jaki konsumujemy informacje i treści oraz miały wpływ na naszą kulturę i społeczeństwo¹¹².

Historia mediów społecznościowych rozpoczyna się od debiutu pierwszych serwisów takich jak SixDegrees.com (w 1997 roku), które szybko ewoluowały, obejmując

¹¹² M. Turek, *Przewodnik po social media w Polsce*, IAB, Warszawa 2020, s. 6.

różnorodne funkcje i przyciągając miliony użytkowników na całym świecie. Wczesne serwisy, takie jak Friendster czy MySpace, zrewolucjonizowały sposób, w jaki ludzie łączą się ze sobą, tworząc platformy umożliwiające budowanie sieci społecznych i dzielenie się życiem osobistym. Z upływem czasu media społecznościowe stały się bardziej zróżnicowane, oferując specjalistyczne serwisy dla różnych grup demograficznych, zainteresowań czy celów zawodowych, jak np. LinkedIn. Rozwój technologii mobilnych i aplikacji przyczynił się do dalszej ewolucji i integracji mediów społecznościowych w codziennym życiu. Serwisy takie jak Facebook czy X zaczęły dominować, oferując użytkownikom możliwość natychmiastowego dzielenia się treściami i komunikacji w czasie rzeczywistym¹¹³.

Współczesny krajobraz mediów społecznościowych stanowi złożony ekosystem, w którym różnorodne platformy rywalizują o uwagę globalnej publiczności. Analizując dane z raportu „Digital 2024: Global Overview”, można zauważyć, że każda z czołowych platform mediów społecznościowych posiada swoją unikatową charakterystykę i miejsce w cyfrowym świecie. Według danych z początku 2024 roku, media społecznościowe prezentują się jako nieodłączny element codzienności. Światowa populacja przekroczyła 8 miliardów, z czego 62,5%, czyli 5,04 miliarda osób, stanowią użytkownicy mediów społecznościowych¹¹⁴. To imponujące statystyki, które rzucają światło na wszechobecną naturę tych platform w globalnym krajobrazie. Z raportu wynika, że 5,61 miliarda ludzi używa telefonów komórkowych, co stanowi 69,43% globalnej populacji, z 138 milionami nowych użytkowników w ciągu ostatniego roku. Z kolei liczba użytkowników Internetu wzrosła do 5,35 miliarda, co oznacza, że 66,2% światowej populacji ma dostęp do Internetu. To wzrost o 1,8% w porównaniu z początkiem 2023 roku¹¹⁵.

Analiza tych danych pokazuje, jak media społecznościowe stają się coraz bardziej zintegrowane z codziennym życiem ludzi na całym świecie. W 2023 roku odnotowano istotny wzrost liczby użytkowników mediów społecznościowych, który wyniósł 226 milionów nowych kont w skali rocznej, co wskazuje na trwałą tendencję dynamicznego rozwoju tego segmentu. Co ciekawe, trend ten odzwierciedla również globalną urbanizację, z ponad 57,7% populacji mieszkającej w obszarach miejskich, gdzie dostęp do

¹¹³ D. M. Boyd, N. B. Ellison, *Social network sites: Definition, history, and scholarship*, „Journal of computer-mediated Communication”, nr 13.1, 2007, s. 214-215.

¹¹⁴ *Digital 2024: Global overview report*, <https://datareportal.com/reports/digital-2024-global-overview-report>, 19.09.2024

¹¹⁵ Tamże.

technologii cyfrowych jest często łatwiejszy. Ten rozwój urbanistyczny sprzyja dalszemu rozprzestrzenianiu się technologii mobilnych i internetowych, co z kolei napędza wzrost użytkowania mediów społecznościowych¹¹⁶.

Te statystyki rzucają światło na rosnące znaczenie mediów społecznościowych jako narzędzia do łączenia ludzi, wymiany informacji i tworzenia społeczności online. W kontekście globalnej populacji, która coraz bardziej angażuje się w życie cyfrowe, media społecznościowe stanowią kluczowy element w kształtowaniu społecznych i kulturowych interakcji. Ich rola w edukacji, biznesie, polityce i życiu codziennym jest nie do przecenienia, a ich wpływ będzie kontynuować kształtowanie społeczności cyfrowej na przyszłe lata.

Facebook, będąc jedną z najbardziej wpływowych platform mediów społecznościowych na świecie ma 3,05 miliarda miesięcznych aktywnych użytkowników (MAU), co stanowi niemal 38% globalnej populacji¹¹⁷. Ta imponująca liczba użytkowników nie tylko świadczy o ogromnej skali platformy, ale także o jej zdolności do łączenia ludzi z różnych części świata.

Kluczowym aspektem Facebooka jest jego wszechstronność jako narzędzia do komunikacji, rozrywki, informacji i handlu. Platforma ta umożliwia użytkownikom dzielenie się treściami w formie tekstowej, obrazkowej i wideo, a także prowadzenie transmisji na żywo, co sprawia, że jest ona atrakcyjna dla różnorodnych grup demograficznych. Facebook stał się także ważnym narzędziem dla przedsiębiorstw, oferując zaawansowane opcje targetowania reklam i analizy danych, co pozwala na skuteczne dotarcie do docelowych grup klientów. Ponadto Facebook, dzięki swoim funkcjom społecznościowym, takim jak grupy i wydarzenia, umożliwia tworzenie i wzmacnianie społeczności wokół wspólnych zainteresowań. Te aspekty sprawiają, że Facebook jest nie tylko platformą mediów społecznościowych, ale również narzędziem o znacznym wpływie na kulturę, politykę i gospodarkę¹¹⁸.

Warto również zauważyć, że średni czas spędzany przez użytkowników na aplikacji Facebook dla Androida wzrósł z 27 minut dziennie na użytkownika w 2017¹¹⁹ roku do

¹¹⁶ Tamże.

¹¹⁷ *Facebook users & Growth statistics*, <https://backlinko.com/facebook-users> 5.02.2024.

¹¹⁸ *Przewodnik po social media w Polsce*, <https://www.iab.org.pl/wp-content/uploads/2023/06/Przewodnik-Social-Media-2023-IAB-Polska.pdf>, s.23-37 5.02.2024.

¹¹⁹ *What is the average time spent on Facebook?*, <https://dataprot.net/statistics/average-time-spent-on-facebook/>, 20.09.2024

39 minut w 2024 roku¹²⁰. Ten subtelny wzrost świadczy o ciągłym zaangażowaniu użytkowników, pomimo rosnącej konkurencji ze strony innych platform mediów społecznościowych¹²¹.

Facebook nieustannie modernizuje swoją platformę, wprowadzając innowacyjne funkcje i technologie, aby sprostać wyzwaniom rynkowym. Chociaż umiejętność adaptacji oraz zdolność do wprowadzania nowości mogą odgrywać istotną rolę, nie ma gwarancji, że będą one decydującymi czynnikami w zapewnieniu dalszego wzrostu i utrzymaniu lojalności użytkowników w obliczu dynamicznych zmian w środowisku cyfrowym.

YouTube, z ponad 2,70 miliardami użytkowników logujących się co miesiąc, stanowi nie tylko potężną platformę do udostępniania i oglądania wideo, ale także ważny kanał komunikacji i dystrybucji treści wizualnych¹²².

Jego sukces można przypisać kilku kluczowym cechom. Po pierwsze, YouTube oferuje niezwykle szeroką gamę treści, od amatorskich filmów po profesjonalne produkcje, w tym filmy instruktażowe, recenzje, blogi wideo, transmisje na żywo i wiele innych interesujących dla jego użytkowników funkcjonalności. Ta różnorodność przyciąga szerokie spektrum użytkowników, od młodych widzów po profesjonalistów i hobbystów. Drugim ważnym elementem YouTube'a jest jego model monetyzacji. Platforma ta umożliwia twórcom zarabianie na swoich filmach poprzez reklamy, co zachęca do produkcji wysokiej jakości treści. System partnerski YouTube'a oraz funkcje takie jak Super Chat w transmisjach na żywo oferują twórcom dodatkowe strumienie dochodów. Ponadto YouTube jest kluczowym narzędziem dla przedsiębiorstw i marek w zakresie marketingu i reklamy. Dzięki zaawansowanym narzędziom analitycznym i dostosowaniu reklam do odbiorcy, firmy mogą skutecznie docierać do swoich grup docelowych¹²³.

YouTube pełni również istotną rolę jako platforma edukacyjna. Wiele uniwersytetów, instytucji edukacyjnych i indywidualnych edukatorów wykorzystuje YouTube do

¹²⁰ *Average time spent on social media (by app)*, <https://www.oberlo.com/statistics/average-time-spent-on-social-media>, 20.09.2024

¹²¹ *Digital 2023: Global overview report*, <https://datareportal.com/reports/digital-2023-global-overview-report>, 31.12.2023.

¹²² *YouTube Statistics For 2024 (Users, Facts & More)*, <https://www.demandsage.com/youtube-stats/> 05.02.2024.

¹²³ *Przewodnik po social media w Polsce*, <https://www.iab.org.pl/wp-content/uploads/2023/06/Przewodnik-Social-Media-2023-IAB-Polska.pdf> s.53-69 5.02.2024.

udostępniania materiałów dydaktycznych, co czyni wiedzę bardziej dostępną na całym świecie¹²⁴.

Rozwój technologii, takich jak na przykład wirtualna rzeczywistość otwiera nowe możliwości dla YouTube, pozwalając na tworzenie jeszcze bardziej immersyjnych i angażujących treści. W kontekście ciągłych zmian w krajobrazie mediów cyfrowych, zdolność YouTube'a do innowacji i dostosowania się do nowych trendów będzie kluczowa dla jego przyszłego wzrostu i utrzymania pozycji jednego z liderów w branży mediów społecznościowych.

Instagram, należący do Meta Platforms (dawniej Facebook Inc.), jest jedną z wiodących platform mediów społecznościowych, której głównym celem jest dzielenie się treściami wizualnymi, takimi jak zdjęcia i filmy. Instagram ma 2,40 miliardów miesięcznych aktywnych użytkowników, co podkreśla jego znaczącą pozycję na rynku mediów społecznościowych¹²⁵.

Platforma ta wyróżnia się przede wszystkim swoim naciskiem na estetykę i przekaz wizualny. Użytkownicy Instagrama dzielą się zdjęciami i filmami, które często są starannie edytowane i prezentowane w atrakcyjny sposób. Funkcje takie jak „Stories”, które pozwalają na publikowanie treści znikających po 24 godzinach oraz „Reels”, oferujące krótkie, dynamiczne filmy, sprawiają, że Instagram jest platformą elastyczną i zróżnicowaną pod względem formy i treści. Instagram stał się również ważnym narzędziem dla influencerów, marek i przedsiębiorstw. Dzięki rozwiniętym narzędziom analitycznym oraz opcjom personalizacji kampanii reklamowych, firmy mogą skutecznie docierać do swoich grup docelowych i angażować je poprzez wizualne opowieści i promocje. Funkcja zakupów bezpośrednio na platformie jeszcze bardziej zwiększa jej atrakcyjność dla e-commerce. Ponadto, Instagram stale ewoluuje, wprowadzając nowe funkcje i dostosowując się do zmieniających się trendów i preferencji użytkowników¹²⁶.

Instagram, ze swoją mocną pozycją w świecie mediów społecznościowych, nadal odgrywa kluczową rolę w cyfrowej komunikacji, marketingu i rozrywce. Jego zdolność do adaptacji i oferowania nowych, kreatywnych sposobów na dzielenie się i odkrywanie

¹²⁴ A. Ciesiółka, *YouTube jako nowe źródło wiedzy*, „Neodiagnata”, nr 36/37, 2018, s. 108 – 111.

¹²⁵ *How Many People Use Instagram 2024*, <https://www.demandsage.com/instagram-statistics/> 05.02.2024

¹²⁶ *Przewodnik po social media w Polsce*, <https://www.iab.org.pl/wp-content/uploads/2023/06/Przewodnik-Social-Media-2023-IAB-Polska.pdf> s.37-52 5.02.2024

treści sprawia, że jest on jedną z najbardziej wpływowych i dynamicznych platform na rynku.

TikTok, dynamicznie rozwijająca się platforma mediów społecznościowych z ponad 1,7 miliarda użytkowników¹²⁷, zyskała ogromną popularność dzięki innowacyjnemu podejściu do angażowania użytkowników. Z raportu „Digital 2024: Global Overview Report” wynika, że użytkownicy aplikacji TikToka dla Androida spędzali na platformie średnio 34 godziny miesięcznie¹²⁸, co wskazuje na jej wyjątkową zdolność do przyciągania i utrzymywania uwagi odbiorców¹²⁹.

Jego sukces opiera się nie tylko na prostych narzędziach do tworzenia treści, ale także na zdolności algorytmu do dostosowywania i wyświetlania zawartości, które użytkownicy postrzegają jako autentyczne i bliskie ich codziennym doświadczeniom. Kluczową funkcją TikToka jest strona „Dla Ciebie”, która prezentuje użytkownikom spersonalizowane rekomendacje na podstawie ich interakcji z aplikacją oraz preferencji, takich jak polubienia, komentarze, czas spędzony na oglądaniu danego rodzaju filmów, co pozwala platformie lepiej dostosować zawartość do indywidualnych zainteresowań użytkownika¹³⁰.

Jednym z kluczowych elementów TikToka jest jego partycypacyjny charakter. Za popularność TikToka w dużej mierze odpowiadają właśnie „trendy” i „wyzwania”, ponieważ to filmy z takimi treściami najczęściej wychodzą poza TikToka i stają się wiralami¹³¹, co nie tylko przyciąga uwagę widzów, ale również sprzyja twórczej ekspresji i innowacjom. Trendy mogą powstać organicznie lub być promowane przez influencerów, marki lub samą platformę. Wyzwania stały się jednym z najważniejszych elementów kultury TikToka, gdzie użytkownicy odtwarzają określone zadania lub działania w swoich filmach, często korzystając z tej samej ścieżki dźwiękowej lub hasztagu. Struk-

¹²⁷ *TikTok Statistics For 2024: Users, Demographics, Trends*, <https://whatsthebigdata.com/tiktok-statistics/>, 05.02.2024.

¹²⁸ Dla porównania średni czas dla Facebooka to 19 godzin i 47 minut, a dla Instagrama to 15 godzin i 50 minut, dane z *Digital 2024: Global overview report* <https://datareportal.com/reports/digital-2024-global-overview-report>, 20.09.2024

¹²⁹ *Digital 2024: Global overview report*, <https://datareportal.com/reports/digital-2024-global-overview-report>, 20.09.2024.

¹³⁰ A. Schellewald, *On getting carried away by the TikTok algorithm*, Paper presented at AoIR 2021: The 22nd Annual Conference of the Association of Internet Researchers, 2021, s.1

¹³¹ „ciekawa lub śmieszna treść (np. filmik, zdjęcie, slogan), która bardzo szybko rozprzestrzenia się w internecie; wiral” za: <https://sjp.pl/viral> 05.02.2024. Przykładem są klipy Khabane Lame (@khaby.lame), który demaskuje „przydatne” lifehacki i na końcu każdego klipu wykonuje charakterystyczny gest rozłożenia dłoni.

tura ta tworzy formę szybkiego rozprzestrzeniania się treści, gdzie filmy są szeroko udostępniane i powielane przez użytkowników, co prowadzi do błyskawicznego wzrostu zasięgu. Funkcje „duet” i „stitch” dodatkowo promują zaangażowanie, pozwalając użytkownikom na bezpośrednie interakcje z treściami innych twórców, czy to poprzez nagrywanie obok siebie reakcji (duet), czy też przez dodawanie fragmentów istniejących filmów do własnych treści (stitch). Wpływ TikToka widać również w jego zdolności do promowania muzyki, gdzie wiele utworów zyskuje popularność dzięki wykorzystaniu w treściach na platformie¹³².

X (Twitter)¹³³ jako jedna z czołowych platform mediów społecznościowych, charakteryzuje się unikalnym formatem i wpływem na sferę publiczną. Jest on znany z ogromnego zasięgu (1,3 miliarda kont¹³⁴) i aktywności użytkowników. X wyróżnia się przede wszystkim krótkimi postami, znanymi jako tweety, które mają limit 280 znaków, promując zwięzłą i bezpośrednią formę komunikacji¹³⁵.

Platforma ta stała się centralnym miejscem dla szybkich aktualizacji, dyskusji publicznych i wymiany informacji w czasie rzeczywistym. X jest szczególnie popularny wśród polityków, celebrytów, dziennikarzy i innych wpływowych osobistości, którzy używają go do komunikacji z publicznością, a także wśród ogólnej populacji dla śledzenia wydarzeń na żywo, trendów i tematów bieżących¹³⁶. Algorytm X to złożony system personalizujący treści wyświetlane na osi czasu użytkownika, oparty na analizie danych o interakcjach oraz preferencjach użytkownika. Proces ten składa się z trzech głównych etapów: wyszukiwania kandydatów, rankingu oraz filtrów i heurystyk. W pierwszym kroku algorytm identyfikuje potencjalne tweety do wyświetlenia, zarówno od kont obserwowanych, jak i nieznanymi użytkownikowi, by dostarczyć różnorodne treści. Następnie, każdy tweet jest oceniany przez model uczący się, który przypisuje mu wynik bazujący na prawdopodobieństwie zaangażowania, uwzględniając takie czynniki jak rodzaj treści, dotychczasowe interakcje użytkownika czy format tweeta (np. multimedia). W końcowej fazie algorytm stosuje filtry i heurystyki, które dodatko-

¹³² *Badanie: Jak TikTok wpływa na branżę muzyczną?*, <https://newsroom.tiktok.com/pl-pl/study-how-does-tiktok-affect-the-music-industry> 05.02.2024.

¹³³ Twitter zmienił nazwę na „X” 25.07.2023.

¹³⁴ *Twitter (X) User Statistics 2024*, <https://www.demandsage.com/twitter-statistics/> 06.02.2024.

¹³⁵ B. Czechowska-Derkacz, A. Lusińska, *Twitter jako narzędzie komunikacji uczelni*, „Polityka i Społeczeństwo”, nr 2 (21), 2023, s. 20-32.

¹³⁶ P. Szewski, *Serwisy społecznościowe jako źródło informacji dziennikarskiej – problemy i zagrożenia*, „Kultura – Media – Teologia”, tom 18, 2014, s. 92-95.

wo dopracowują wyświetlane treści. Na przykład, blokowane są tweety z kont zablokowanych przez użytkownika, a także unika się wyświetlania wielu tweetów tego samego autora z rzędu. Sygnały rankingowe, takie jak trafność treści, ich aktualność i różnorodność, wpływają na to, które treści są preferowane. Algorytm promuje tweety zawierające multimedia, szczególnie wideo, które generują większe zaangażowanie. X aktywnie dostosowuje algorytm, co pozwala na lepsze dopasowanie treści do preferencji użytkownika oraz zwiększenie zasięgu wartościowych tweetów¹³⁷.

X stanowi kluczową platformę w ekosystemie mediów społecznościowych, oferując unikalne możliwości zarówno jednostkom, jak i organizacjom. Jego charakterystyczna cecha – zwięzłość oraz szybkość przekazu – sprawia, że jest nieocenionym narzędziem w zakresie komunikacji, budowania sieci kontaktów oraz promocji marek.

Wszystkie te platformy, każda na swój sposób, kształtują współczesne oblicze mediów społecznościowych. Są one nie tylko narzędziami komunikacji, ale także silnymi kanałami wpływającymi na opinie, kulturę i nawet politykę. Ich rola w życiu codziennym, jak również w biznesie i edukacji, jest niezaprzeczalna, a ich dalszy rozwój będzie miał długotrwały wpływ na strukturę naszego społeczeństwa cyfrowego.

1.2.2. Rola mediów społecznościowych w codziennym życiu

W erze cyfrowej, media społecznościowe wywierają znaczący wpływ na codzienne życie, redefiniując tradycyjne pojęcia komunikacji, społeczności i interakcji międzyludzkich. Stanowiąc istotny element codziennych nawyków, media społecznościowe stały się nie tylko platformami wymiany informacji, ale również narzędziami kształtującymi kulturę, politykę, edukację i gospodarkę¹³⁸. Ten podrozdział ma na celu zbadanie wszechstronnego wpływu mediów społecznościowych na różne aspekty życia społecznego, rozważając zarówno pozytywne, jak i negatywne konsekwencje obecności mediów społecznościowych w codziennym życiu. Przez to, aspiruje do zrozumienia roli, jaką media społecznościowe odgrywają w kształtowaniu współczesnych społeczeństw i indywidualnych doświadczeń.

¹³⁷ *How the Twitter (X) algorithm works*, <https://metricool.com/how-the-twitter-x-algorithm-works-in-2023/>, 20.09.2024

¹³⁸ G. Piechota, *Znaczenie mediów społecznościowych w polityce informacyjnej samorządów i kreowaniu wizerunków monokratycznych organów wykonawczych*, „Opinie i komentarze FRDL”, opinia nr 12/2023, 2023.

Wiele codziennych czynności, takich jak rozmowy z przyjaciółmi, wymiana plotek czy prezentacja zdjęć, które kiedyś miały charakter spontaniczny i efemeryczny, w erze cyfrowej nabrało nowego wymiaru. Media społecznościowe przekształciły te ulotne formy komunikacji w bardziej zorganizowane i *trwale* zapisy¹³⁹, dostępne dla szerszej publiczności. Ta zmiana, z dynamicznej i tymczasowej komunikacji na bardziej ustrukturyzowaną i zachowaną, odzwierciedla szerszą transformację prywatnych interakcji i publicznej prezentacji w dobie mediów społecznościowych¹⁴⁰.

Media społecznościowe stały się kluczowym źródłem informacji o bieżących wydarzeniach, przekształcając platformy takie jak X czy Facebook w nowoczesne agregatory wiadomości, które dostarczają użytkownikom szerokie spektrum informacji z różnych źródeł. Dla młodszych pokoleń, Instagram i TikTok pełnią podobną funkcję, choć w bardziej wizualnej i dynamicznej formie. Te platformy nie tylko informują, ale także kształtują opinie użytkowników, oferując unikalne, interaktywne sposoby prezentacji treści informacyjnych¹⁴¹. Ta ewolucja mediów społecznościowych z prostych platform komunikacyjnych do złożonych hubów informacyjnych ma głębokie implikacje dla społeczeństwa i kultury. Media społecznościowe umożliwiają szybkie rozpowszechnianie informacji. Wiadomości o wydarzeniach na świecie mogą być udostępniane i komentowane w czasie rzeczywistym, co znacznie przyspiesza proces informacyjny¹⁴². Ta natychmiastowość dostępu do doniesień wpływa na dynamikę społeczną, umożliwiając szybszą reakcję publiczności na wydarzenia i kształtując sposoby, w jakie społeczności mogą organizować i mobilizować się. Sposób, w jaki wiadomości są prezentowane i komentowane w mediach społecznościowych, może wpływać na percepcję wydarzeń przez społeczeństwo. Treści często są opatrzone komentarzami i interpretacjami użytkowników, co może kształtować opinię publiczną. Ta interaktywność przyczynia się do powstawania wielowymiarowych perspektyw na każde wydarzenie, co jest zarówno

¹³⁹ Jednocześnie platformy takie jak Snapchat wprowadzają znikające treści, które zachowują swój nieformalny i tymczasowy charakter. Ta dwoistość – między utwalonymi, publicznymi zapisami a ulotnymi, znikającymi formami – odzwierciedla złożoność współczesnej komunikacji cyfrowej, balansując pomiędzy trwałością a ulotnością.

¹⁴⁰ M. Boenlykke, *Van-Dijck Culture of Connectivity*, https://www.academia.edu/39140639/Van_dijck_CultureOfConnectivity 4.01.2024.

¹⁴¹ J. Michalak, *Social media jako kopalnia informacji – wybrane obszary wykorzystania danych na przykładzie portalu Twitter*, „Acta Universitatis Nicolai Copernici – Zarządzanie”, XLIV – nr 3, 2017, s. 108.

¹⁴² A.N. Ahmad, *Is Twitter a useful tool for journalists?*, „Journal of Media Practice”, vol. 11 nr 2, 2010, s. 150 – 152.

atutem, jak i wyzwaniem. Z jednej strony, umożliwia to szeroką dywersyfikację głosów i opinii, z drugiej zaś – sprzyja powstawaniu *echo chambers*¹⁴³ i polaryzacji opinii¹⁴⁴.

Media społecznościowe jako przestrzeń dla ekspresji indywidualnej stanowią kluczowy element w kontekście kultury cyfrowej¹⁴⁵. Są one platformami, które umożliwiają użytkownikom prezentowanie swoich przemyśleń, emocji i doświadczeń w sposób dotychczas niedostępny. Możliwość dzielenia się treściami wizualnymi, tekstowymi czy dźwiękowymi pozwala na tworzenie i utrzymywanie unikalnej tożsamości online. Użytkownicy mają sposobność nie tylko wyrażania siebie, ale także angażowania się w dialog z innymi, co sprzyja tworzeniu społeczności opartych na wspólnych zainteresowaniach i wartościach¹⁴⁶.

Rozważając różne formy i konsekwencje auto-ekspresji w mediach społecznościowych, ważne jest zrozumienie, jak te platformy umożliwiają użytkownikom przedstawianie swoich myśli, uczuć i doświadczeń. Media społecznościowe oferują szeroki zakres narzędzi, od prostych postów tekstowych¹⁴⁷, przez zdjęcia i wideo¹⁴⁸, po skomplikowane narracje wizualne¹⁴⁹. Każda z tych form pozwala na inny sposób wyrażania siebie i interakcji z innymi. Jednakże, taka ekspresja nie jest wolna od konsekwencji. Może wpływać na percepcję wirtualnej tożsamości użytkownika, wpływać na jego relacje społeczne i zdrowie psychiczne. Wysoka ekspozycja na media społecznościowe może prowadzić do porównywania się z innymi, co czasem generuje negatywne emocje

¹⁴³ „koncepcja, która pojawiła się w wyniku wzrostu ilości opiniotwórczych i stronniczych materiałów medialnych. W odniesieniu do treści politycznych zjawisko komory z echem najczęściej odnosi się do przepływu informacji w sieci i zachowań informacyjnych użytkowników Internetu. Ogromna liczba stron internetowych o charakterze stronniczym i mnogość politycznie jednostronnych głosów na portalach społecznościowych tworzą ogromną przestrzeń, w której użytkownicy mediów powtarzają to, co powiedzieli już inni. Zjawisko to nie jest zamierzonym efektem ubocznym współczesnej praktyki dziennikarskiej, ale konsekwencją powstawania zamkniętej przestrzeni komunikacyjnej, która może potencjalnie generować nowe wiadomości o podobnej treści i izolować je od jakiegokolwiek formy krytyki.” *Echo chamber*, <https://vademecumbezpieczenstwainformacyjnego.uken.krakow.pl/2020/03/10/echo-chamber/> 17.01.2024.

¹⁴⁴ H.M. Ashgar, *Measuring Information Seeking through Facebook: Scale development and initial evidence of Information Seeking in Facebook Scale (ISFS)*, „Computers in Human Behavior”, vol. 52, 2015, s. 259 – 270.

¹⁴⁵ J.M DiMicco, D.R. Millen, *Identity management: Multiple presentations of self in Facebook*, Proceedings of the 2007 ACM International Conference on Supporting Group Work, 2007, s. 383-386.

¹⁴⁶ D.A. Caciulan, *Social Network Sites as a virtual community – Can SNSs replace the organic communities*, „Romanian Journal of Cognitive Behavioral Therapy and Hypnosis”, vol. 4 issue 3-4, 2017, s. 1- 5.

¹⁴⁷ Na przykład Twitter i Facebook.

¹⁴⁸ Na przykład YouTube i TikTok.

¹⁴⁹ Na przykład Instagram (reels i stories).

takie jak zazdrość czy obniżenie samooceny. Z drugiej strony, pozytywne interakcje mogą zwiększać poczucie przynależności i wspierania¹⁵⁰.

Wpływ mediów społecznościowych na formowanie się nowoczesnej kultury oraz edukacji jest coraz bardziej widoczny. Wykorzystanie platform takich jak YouTube w edukacji ilustruje, jak media społecznościowe przyczyniają się do demokratyzacji dostępu do wiedzy, umożliwiając przekazywanie umiejętności i treści edukacyjnych na masową skalę¹⁵¹. Gdy są stosowane efektywnie, mogą znacząco wzbogacić proces edukacyjny, zwiększając atrakcyjność przekazu i poszerzając zestaw narzędzi dydaktycznych. Nauczyciele coraz częściej włączają media społecznościowe do swoich metod nauczania. Platformy te umożliwiają tworzenie grup dyskusyjnych, organizację projektów grupowych, a także interakcje z ekspertami i uczniami z innych klas. Jednakże, istnieje ryzyko, że szeroki dostęp do informacji, które nie zawsze są wiarygodne w tych mediach, może niekorzystnie wpływać na jakość przyswajanej wiedzy przez odbiorców¹⁵². Z kolei wpływ mediów społecznościowych na kulturę manifestuje się poprzez stworzenie przestrzeni do wymiany myśli, twórczości i promowania różnorodności kulturowej. Platformy te umożliwiają osobom z różnych środowisk dzielenie się doświadczeniami i twórczością, co sprzyja rozwojowi wzajemnego zrozumienia i szacunku międzykulturowego¹⁵³. Dzięki swojej interaktywnej i globalnej naturze, media społecznościowe stały się kluczowym narzędziem w kształtowaniu nowoczesnej tożsamości kulturowej i edukacyjnej¹⁵⁴.

Media społecznościowe jako narzędzia marketingowe, coraz częściej odgrywają kluczową rolę w strategiach promocyjnych firm, modernizując i rozwijając klasyczne metody reklamy. Platformy takie jak Facebook, Instagram, czy X umożliwiają firmom bezpośredni kontakt z szeroką publicznością, co jest kluczowe na przykład dla „marke-

¹⁵⁰ W. Tokarski, *Wpływ mediów społecznościowych na poczucie własnej wartości*, <https://www.wiktortokarski.pl/wplyw-mediow-spoecznościowych-na-poczucie-wlasnej-wartosci/> 17.01.2024.

¹⁵¹ A. Ciesiołka, *YouTube jako ...*, dz. cyt., s. 108 – 111.

¹⁵² K. Garwol, *Rola mediów społecznościowych w edukacji – stan obecny i perspektywy rozwoju*, „Dydaktyka Informatyki”, nr 12, 2017, s. 51.

¹⁵³ J. Jankowski, *Wpływ mediów społecznościowych na kulturę i subkultury*, „Zeszyty Naukowe PWSZ im. Wieltona w Legnicy”, 31(2), 2019, s. 271.

¹⁵⁴ P. Pioterek, J. Przybysz, *Media społecznościowe w służbie bibliotek*, „Wydawnictwo Uniwersytetu w Białymstoku”, 2015.

tingu influencerów”¹⁵⁵, jak i targetowanych kampanii reklamowych¹⁵⁶. Te metody pozwalają na budowanie bardziej osobistych i angażujących relacji z konsumentami, co z kolei może prowadzić do wzrostu lojalności i zaangażowania wobec marki. Kampanie takie jak #ShareACoke od Coca-Coli¹⁵⁷ czy kampanie na Instagramie prowadzone przez Nike¹⁵⁸, pokazują jak korporacje wykorzystują media społecznościowe do budowania marki i zaangażowania konsumentów.

Media społecznościowe, w coraz większym stopniu, nie tylko odzwierciedlają, ale również kształtują i definiują kontury przestrzeni politycznej. Decyzje podjęte przez partie i instytucje władzy często są reakcją na cykl informacyjny, analizy mediów i reakcje społecznościowe. Jak zauważa D. McQuail, media masowe nie tylko oferują platformę dla dyskusji politycznej, ale również stają się kluczowym narzędziem w strategiach komunikacyjnych polityków i organizacji¹⁵⁹. Politycy, będący aktywnymi uczestnikami areny publicznej, coraz częściej uznają media społecznościowe za kluczowe narzędzie w realizacji swoich celów, zarówno w sferze politycznej, jak i społecznej¹⁶⁰. Zrozumienie dynamiki mediów, ich struktury oraz funkcji stało się nie tylko atutem, ale wręcz koniecznością w dzisiejszej polityce. Poprzez umiejętne wykorzystanie kanałów komunikacji, politycy mają możliwość promowania swojego programu oraz kształtowania narracji na temat bieżących wydarzeń, kierunku polityki państwa czy nawet własnego wizerunku¹⁶¹.

Ta wzajemna relacja pomiędzy politykami a mediami jest niezwykle złożona. Z jednej strony, media stanowią platformę, która umożliwia politykom dotarcie do szero-

¹⁵⁵ "technika, która wykorzystuje media społecznościowe (...) oraz influencerów społecznych (zwykłych ludzi, którzy mają ogromny wpływ na swoich rówieśników dzięki temu, ile treści udostępniają online), aby osiągnąć potrzeby marketingowe i biznesowe organizacji" por. S. Biaudet, *Influencer Marketing as a Marketing Tool*,

https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/134139/Biaudet_Sofie.pdf?sequence=1&isAllowed=y

17.01.2024.

¹⁵⁶ *Kierowanie reklam do odbiorców*, <https://www.facebook.com/business/ads/ad-targeting>

17.01.2024.

¹⁵⁷ T. Muse, *Share a Coke a look back at Coca-Cola's iconic campaign*,

<https://www.historyoasis.com/post/share-a-coke> 17.01.2024.

¹⁵⁸ *Nike's Instagram Strategy Focuses On It's Audience*, <https://www.radarr.com/blog/nikes-instagram-strategy-focuses-on-its-audience/>, 20.09.2024

¹⁵⁹ D. McQuail, *Teoria komunikowania...*, dz. cyt., s. 23.

¹⁶⁰ O. Annusewicz, *Twitter jako przestrzeń autoprezentacji politycznej. Zarządzanie wizerunkiem polityka w mediach społecznościowych*, „Studia Politologiczne”, nr 45, 2017, s. 91-112.

¹⁶¹ M. Majorek, *Nowa jakość kampanii wyborczych na przykładzie amerykańskich kandydatów do urzędu prezydenta w pierwszej dekadzie XXI wieku*, [w:] „Stare” i „nowe” media w kontekście kampanii politycznych i sprawowania władzy, M. du Vall, A. Walecka-Rynduch (red.), Oficyna Wydawnicza AFM, Kraków, 2010, s. 142-145.

kiego grona odbiorców, z drugiej jednak - są one również instytucją, która może krytykować, analizować i oceniać działania polityków, co może mieć zarówno pozytywne, jak i negatywne konsekwencje dla ich kariery¹⁶².

W kontekście rozważań na temat relacji polityków z mediami, istotne jest jeszcze zrozumienie, że każda interakcja w świecie nowych mediów niesie ze sobą ryzyko. Każdy występ, wywiad czy wypowiedź może być analizowana, interpretowana i krytykowana przez publiczność oraz konkurencyjne strony polityczne. Stąd świadomość o potędze mediów jest nie tylko kwestią rozumienia ich roli, ale także umiejętności nawigacji w złożonym świecie komunikacji masowej¹⁶³.

Podsumowując, dla współczesnych polityków, świadomość potęgi nowych mediów i umiejętność ich wykorzystywania stały się kluczowymi elementami w strategii budowania i utrzymywania pozycji w społeczeństwie. Media, będąc narzędziem, ale i areną publicznego dyskursu, niosą ze sobą ogromne możliwości, ale również wyzwania dla tych, którzy aspirują do pozycji liderów w społeczeństwie informacyjnym.

Wykraczając poza prostą funkcję narzędzi komunikacyjnych, media społecznościowe ułatwiają tworzenie i podtrzymywanie relacji interpersonalnych, zarówno na poziomie indywidualnym, jak i zbiorowym. Są one również areną dla politycznego dyskursu, aktywizmu społecznego i kampanii marketingowych, co świadczy o ich złożoności i wszechstronności. W kontekście globalnym, media społecznościowe umożliwiają tworzenie sieci ponad granicami państw, kultur i społeczeństw, co otwiera nowe możliwości dla międzynarodowej współpracy i zrozumienia.

Ponadto, media społecznościowe odgrywają kluczową rolę w kształtowaniu opinii publicznej, zarówno poprzez dystrybucję informacji, jak i umożliwienie użytkownikom wyrażania i wymiany poglądów. Ta dualna natura mediów społecznościowych jako źródła informacji oraz platformy interakcji stanowi fundament ich wpływu na społeczeństwo. Jednakże należy zwrócić uwagę na wyzwania i negatywne aspekty, takie jak dezinformacja, naruszenie prywatności i wpływ na zdrowie psychiczne.

¹⁶² P. Levinson, *The explosive growth of social media: Trump, Covid-19, The Russian invasion of Ukraine and Elon Musk*, „Studia Humanistyczne AGH”, tom 21/2, 2022, s. 9-10.

¹⁶³ K. Jaruga, *Sieci społecznościowe w polityce: medium (dez)informacyjne? = Social networks in politics - medium of (dis)information?*, „Kultura, Media, Teologia” nr 13, 2013, s. 60-62.

1.3. Media społecznościowe a ruchy społeczne

Ruchy społeczne są złożonymi zjawiskami, które obejmują zarówno ludzi, ich postawy, motywacje, potrzeby i tożsamości, jak i ich wytwory, takie jak formy organizacyjne, masowe działania, grupy subkulturowe i wspólnoty¹⁶⁴. Są one odpowiedzią na przemiany towarzyszące globalizacji, takie jak instytucjonalizacja życia publicznego, rosnące znaczenie korporacji międzynarodowych, alienacja elit politycznych, lęki i zagrożenia towarzyszące wzrostowi gospodarczemu i rozwojowi technologicznemu. Ruchy te mogą być postrzegane jako forma samoobrony przed regułami życia społecznego, które spychają jednostki do roli manipulowanych, kontrolowanych i uzależnionych od struktur i organizacji systemu¹⁶⁵.

Zjawisko mobilizacji społecznej stanowi istotny element przemian społecznych, odzwierciedlając dążenia grup jednostek do przeformułowania obowiązujących reguł i struktur, które regulują ich życie zbiorowe. Wywodząc się z krytyki istniejącego porządku, ruchy te angażują szerokie spektrum uczestników, zmierzających do zmiany określonych aspektów funkcjonowania systemu. Są one spontaniczne i oparte na dobrowolnym uczestnictwie, mają na celu usuwanie uchybień i wad systemu społecznego, które wynikają m.in. z zawłaszczania państwa, władzy i kontroli nad instytucjami publicznymi przez wąską grupę reprezentantów elit politycznych. Ruchy te mają charakter postępowy, skierowany na ulepszenie, poprawienie i udoskonalenie panującego stanu rzeczy, chociaż istnieją również ruchy o charakterze konserwatywnym i zachowawczym¹⁶⁶.

Przemiany społeczne, które są częścią demokratycznych form ustroju społecznego, mogą przyjmować bardziej radykalny charakter w społeczeństwach opartych na porządku autokratycznym i totalitarnym, gdzie ich działalność często jest nielegalna i elitarna, a członkostwo ma charakter konspiracyjny. W krajach demokratycznych ruchy te są akceptowane i zalecane jako przejaw obywatelskiego i społecznego zaangażowania¹⁶⁷. Są one zorganizowanym wysiłkiem znacznej grupy osób, dążącym do zmiany

¹⁶⁴ T. Paleczny, *Nowe ruchy społeczne*, Wydawnictwo UJ, Kraków, 2010, s. 8.

¹⁶⁵ Tamże, s. 7.

¹⁶⁶ M. Rakusa-Suszczewski, *Ruchy społeczne i demokracja*, [w:] *Ruchy społeczne jako partycypacja dla demokracji*, S. Mocek (red.), Collegium Civitas, Studia Społeczne i Polityczne, „Zeszyty Centrum Badań Społeczności i Polityk Lokalnych”, nr 2(7), 2012, s. 7.

¹⁶⁷ T. Paleczny, *Nowe ruchy...*, dz. cyt., s. 14-15.

(lub przeciwstawienia się zmianom) określonego aspektu społeczeństwa¹⁶⁸. W początkowej fazie istnienia mają charakter spontanicznych form organizacji nieformalnej, opartej na niezadowoleniu z panującej sytuacji, świadomości celu, demonstracji niezgody na panujący porządek i dążeniu do zmiany. Struktura organizacyjna ruchów społecznych, oparta na kontakcie interpersonalnym i komunikacji bezpośredniej, pozwala im przetrwać w niesprzyjających warunkach, mimo oporu instytucji publicznych, szczególnie państwowych¹⁶⁹.

Wyróżnikiem ruchów społecznych jest ich się zbiorowy, grupowy charakter, orientacja na cel, spontaniczność oraz instrumentalność, a ich przywódcy to często charyzmatyczni „trybuni ludowi”, którzy artykułują cele ruchu i dobierają środki ich realizacji. Uczestnicy ruchu łączą się w systemie komunikacji interpersonalnej na bazie wspólnego, uświadomionego niezadowolenia z konkretnego powodu, takiego jak strukturalne, funkcjonalne, normatywne i aksjologiczne niedopasowanie systemu społecznego do potrzeb jednostek¹⁷⁰.

W dobie cyfryzacji i globalizacji, media społecznościowe zyskały duże znaczenie jako podstawa dla ruchów społecznych. Te platformy, pierwotnie zaprojektowane do osobistego użytku i wymiany informacji między użytkownikami, przekształciły się w dynamiczne narzędzia wpływające na sferę publiczną i polityczną. Charakterystyczną cechą mediów społecznościowych jest ich zdolność do szybkiego rozprzestrzeniania informacji, co czyni je potężnym instrumentem w rękach aktywistów społecznych i politycznych¹⁷¹.

Jednym z najbardziej znaczących aspektów mediów społecznościowych w kontekście ruchów społecznych jest ich umiejętność mobilizacji¹⁷². Media społecznościowe umożliwiają szybką i efektywną komunikację między osobami o podobnych poglądach, co jest kluczowe w organizacji protestów, manifestacji i innych form działania społecznego. Ta forma porozumiewania się ma szczególne znaczenie w kontekście młodych

¹⁶⁸ Definicja za „Dictionary of the Social Sciences”

<https://www.oxfordreference.com/display/10.1093/acref/9780195123715.001.0001/acref-9780195123715-e-1556?rskey=L9ngeC&result=1531> 09.07.2024.

¹⁶⁹ J. Christiansen, *Four Stages of Social Movements, Theories of Social Movements*, Salem Press New Jersey, 2011, s. 15.

¹⁷⁰ T. Paleczny, *Nowe ruchy...*, dz. cyt., s. 17–18.

¹⁷¹ A. Szuta, *Media społecznościowe...*, dz. cyt., s. 37–46.

¹⁷² J. Nowak, *Glokalna e-mobilizacja...*, dz. cyt., s. 70.

pokoleń, które są wyjątkowo aktywne w przestrzeni wirtualnej i wykorzystują ją jako główne medium do wyrażania swoich poglądów i organizowania działań.

Analiza przypadków takich jak Arabska Wiosna pokazuje, jak media społecznościowe mogą pełnić rolę katalizatora zmian społecznych i politycznych. W tych wydarzeniach, platformy takie jak Facebook, Twitter czy YouTube zostały wykorzystane do planowania, koordynacji i dokumentowania protestów, co znacząco wpłynęło na ich przebieg i skutki. Media społecznościowe umożliwiły szybkie przekazywanie informacji, zarówno wewnątrz danego kraju, jak i na arenie międzynarodowej, co przyczyniło się do zwiększenia świadomości społecznej i międzynarodowego wsparcia dla ruchów¹⁷³.

Ponadto media społecznościowe służą jako platformy do tworzenia wspólnoty, umożliwiając zintegrowanie różnych grup społecznych. Integracja ta przekracza tradycyjne bariery geograficzne i kulturowe, umożliwiając tworzenie globalnych sieci wspierających różnorodne inicjatywy¹⁷⁴. W ten sposób media społecznościowe przyczyniają się do tworzenia nowego rodzaju społeczności globalnych, które są zdolne do działania ponad granicami państw¹⁷⁵.

Istotne jest również, że media społecznościowe zapewniają przestrzeń dla demokratyzacji opinii publicznej, gdzie każdy użytkownik może wyrażać swoje poglądy i uczestniczyć w dyskusjach. To zjawisko sprzyja rozwojowi krytycznego myślenia i większej świadomości społecznej wśród obywateli, co jest kluczowe dla zdrowego rozwoju społeczeństwa demokratycznego. Należy jednak podkreślić, że ta otwarta przestrzeń komunikacyjna dostępna jest także dla przeciwników wartości demokratycznych, w tym dla nielegalnych ruchów zwalczających idee postępowe. Internet i media społecznościowe umożliwiają zarówno demokratycznym, jak i antydemokratycznym siłom swobodne wypowiedzianie się oraz organizowanie swoich działań. Ta dwoistość przestrzeni cyfrowej wymaga szczególnej uwagi, gdyż stanowi zarówno szansę na wzmoc-

¹⁷³ P. Aarts, P. van Dijke, I. Kolman, J. Statema, G. Dahhan, *From Resilience to revolt: Making sense to the Arab Spring*, „Wetenschappelijk Onderzoek- en Documentatiecentrum”, Amsterdam, 2012, s. 49.

¹⁷⁴ A. Klej, *Człowiek zalogowany w serwisie społecznościowym: komu potrzebna jest integracja w sieci?*, [w:] *Człowiek Zalogowany*, (red.) M. Wysocka-Pietrzyk, B. Świeży, Biblioteka Jagiellońska, Kraków, 2013, s. 53.

¹⁷⁵ M. Więckiewicz-Archacka, *Glokalizacja a media oddolne. Lokalne społeczności w globalnej sieci*, „Zeszyty Naukowe Ostrołęckiego Towarzystwa Naukowego”, nr XXVIII, 2014, s. 314-325.

nienie społeczeństwa obywatelskiego, jak i zagrożenie w postaci eskalacji działalności ruchów radykalnych i antydemokratycznych.

Podsumowując, media społecznościowe mają ogromny wpływ na współczesne ruchy społeczne. Są one nie tylko narzędziem komunikacji i mobilizacji, ale także przestrzenią do tworzenia wspólnoty, wymiany idei i demokratyzacji dyskursu publicznego. W związku z tym, ich rola w kształtowaniu opinii publicznej i wpływaniu na zmiany społeczne i polityczne jest nie do przecenienia. W przyszłości można oczekiwać, że media społecznościowe będą nadal odgrywać kluczową rolę w formowaniu i rozwoju nowych ruchów społecznych na całym świecie.

1.4. Podsumowanie

W niniejszym rozdziale podjęto próbę kompleksowej analizy roli nowych mediów we współczesnym świecie, podkreślając ich wszechobecność i wpływ na niemal każdy aspekt codziennego życia. Nowe media, z ich dynamicznym charakterem i nieustającym rozwojem, nie tylko odmieniły sposób, w jaki ludzie komunikują się i przetwarzają informacje, ale także zrewolucjonizowały struktury społeczne, kulturowe, polityczne i gospodarcze.

W obszarze społecznym i kulturowym, nowe media stworzyły niezliczone platformy dla ekspresji, interakcji i wymiany idei. Media społecznościowe, blogi, fora internetowe i inne cyfrowe kanały komunikacji umożliwiają tworzenie i utrzymywanie społeczności o wspólnych zainteresowaniach, które przekraczają granice geograficzne i kulturowe. Wpływają one również na formowanie tożsamości indywidualnej i grupowej, oferując nowe sposoby na wyrażanie siebie i przynależności do grupy. Z drugiej strony, rozdział zwraca uwagę na wyzwania związane z tymi zmianami, takie jak echo chambers, cyberbullying czy kwestie związane z prywatnością i bezpieczeństwem danych.

W kontekście politycznym nowe media stały się potężnym narzędziem w rękach zarówno polityków, jak i obywateli. Ułatwiają one mobilizację społeczną, aktywizm cyfrowy i uczestnictwo obywatelskie, a także stanowią platformę dla kampanii politycznych i debat publicznych. Jednakże, jak pokazuje analiza, są one również narzędziem do manipulacji, dezinformacji i rozprzestrzeniania fake news, co stawia przed społeczeństwami wyzwanie w zakresie krytycznego odbioru informacji i edukacji medialnej.

W aspekcie ekonomicznym, nowe media przyczyniły się do powstania cyfryzacji gospodarki, zmieniając tradycyjne modele biznesowe i otwierając drzwi dla nowych form przedsiębiorczości i innowacji. E-commerce, marketing cyfrowy, ekonomia współdzielenia oraz rozwój platform cyfrowych zmieniły sposób, w jaki prowadzi się biznes, a także wpłynęły na zachowania konsumentów i rynek pracy.

W dziedzinie edukacji, nowe media otworzyły nowe możliwości dla nauczania i uczenia się. Edukacja online, kursy e-learningowe, zasoby edukacyjne dostępne w sieci – wszystko to zwiększa dostęp do wiedzy i kształcenia się przez całe życie. Jednakże, wynikające stąd wyzwania, takie jak cyfrowe wykluczenie czy zapewnienie wysokiej jakości edukacji, wymagają uwagi i rozwiązania.

Podsumowując, nowe media są nie tylko środkiem komunikacji; są one katalizatorem zmian w różnych aspektach życia. Ich wpływ na kształtowanie społeczeństwa, kultury, polityki i gospodarki jest fundamentalny i wszechobecny. Z jednej strony, oferują nieskończone możliwości rozwoju, innowacji i postępu, z drugiej – stawiają przed nami wyzwania etyczne, społeczne i regulacyjne. W świetle tych rozważań, dalsze badania i refleksje nad rolą i wpływem nowych mediów wydają się nie tylko istotne, ale wręcz niezbędne, aby sprostać wyzwaniom i wykorzystać potencjał, jaki niosą ze sobą te media.

Głównym celem rozprawy jest zrozumienie i opisanie roli oraz wpływu mediów na współczesne rewolucje. Rozdział pierwszy, koncentrując się na nowych mediach, dostarczył istotnych informacji, które przyczyniają się do realizacji tego celu. Poprzez szczegółową analizę kluczowych cech nowych mediów, takich jak ich interaktywność, zdolność do łączenia ludzi na globalną skalę oraz dynamiczny i partycypacyjny model komunikacji, rozdział ten wykazał, jak nowe media przekształcają tradycyjne formy komunikacji i wpływają na procesy społeczne, kulturowe oraz polityczne.

Rozdział pierwszy częściowo odpowiedział na pytanie badawcze "Jakie są kluczowe cechy nowych mediów oraz jak wpływają one na dynamikę i kierunki zmian w procesach mediatyzacji?", poprzez zidentyfikowanie i opisanie kluczowych cech nowych mediów, takich jak interaktywność, globalny zasięg oraz zdolność do natychmiastowej wymiany informacji. Te cechy sprawiają, że nowe media znacząco wpływają na dynamikę i kierunki zmian w procesach mediatyzacji, przekształcając tradycyjne formy komunikacji i umożliwiając nowe formy współpracy i dialogu społecznego na niespotykaną dotąd skalę

W kontekście ciągłej ewolucji nowych mediów, przyszłość niewątpliwie przyniesie kolejne zmiany i wyzwania. Dlatego też, zrozumienie ich obecnej roli, dynamiki oraz wpływu na różne aspekty życia jest kluczowe dla efektywnego i odpowiedzialnego kształtowania przyszłości.

Rozdział 2.

Mediatyzacja i jej etapy

Niniejszy rozdział wprowadza w szeroko pojętą problematykę wpływu mediów na współczesne społeczeństwo, kulturę i codzienność. W ciągu ostatnich dekad zaobserwowano znaczącą transformację w sposobie, w jaki media kształtują naszą rzeczywistość, percepcję świata oraz interakcje międzyludzkie. Ten rozdział ma na celu zgłębienie i zrozumienie procesu mediatyzacji, jego historii, obecnych tendencji oraz potencjalnych przyszłych kierunków rozwoju.

Począwszy od krótkiego historycznego przeglądu pojęcia mediatyzacji, zostanie przedstawione, jak ewoluowało rozumienie roli mediów w społeczeństwie - od wczesnych teorii po współczesne badania akcentujące mediatyzację jako kluczowy proces społeczny. Szczególna uwaga zostanie poświęcona analizie, jak dostęp do szybkiego Internetu, rozwój telefonii komórkowej oraz pojawienie się mediów społecznościowych zmieniły dynamikę komunikacji i interakcji społecznych.

Następnie, omówione zostaną główne etapy mediatyzacji oraz jej wpływ na różne sfery życia - od polityki i ekonomii po życie prywatne i relacje międzyludzkie. Szczegółowe studia przypadków posłużą do zilustrowania, w jaki sposób media ukształtowały współczesne debaty publiczne, procesy polityczne oraz tożsamość kulturową.

W dalszej części rozdziału zostaną przeanalizowane współczesne kierunki badań nad mediatyzacją, z naciskiem na różnorodność metodologiczną i teoretyczną w podejściu do tematu. Analiza różnych perspektyw pozwoli na lepsze zrozumienie złożoności i wielowymiarowości procesów mediatyzacyjnych, uwzględniając zarówno pozytywne, jak i negatywne konsekwencje rosnącego wpływu mediów.

Rozdział zakończy się refleksją nad przyszłością mediatyzacji i potencjalnymi wyzwaniami, jakie stoją przed społeczeństwem w kontekście ciągłego rozwoju technologii informacyjnych i komunikacyjnych.

2.1. Historia mediatyzacji

W pierwszej połowie pierwszej dekady XXI wieku, badania nad mediami i komunikacją koncentrowały się głównie na trzech metodach: analizie tekstu, ekonomii politycznej produkcji oraz badaniach nad publicznością i odbiorcami. Mimo to, nie udało się jednoznacznie wyjaśnić, dlaczego media mają tak duże znaczenie i dlaczego ich wpływ ciągle rośnie¹⁷⁶. Nastąpił wtedy zwrot ku badaniom nad mediatyzacją, spowodowany głównie rosnącą rolą mediów w codziennym życiu. Początek obecnego stulecia przyniósł powszechny dostęp do szybkiego Internetu¹⁷⁷, rozwój telefonii komórkowej, w tym smartfonów¹⁷⁸ oraz pojawienie się blogów i mediów społecznościowych jako nowych form komunikacji¹⁷⁹. Media stały się codziennym punktem odniesienia dla każdego, w każdym aspekcie życia, od relacji rodzinnych po pracę.

Nowoczesna mediatyzacja wyłania się jako nowa, znacząca koncepcja zrozumienia i teoretyzowania przemian życia codziennego, kultury i społeczeństwa w kontekście postępującej transformacji mediów. Wspólnie z globalizacją, indywidualizacją i komercjalizacją znajduje się wśród głównych procesów społecznych, które zmieniają kulturę i komunikację¹⁸⁰. Pojęcie mediatyzacji po raz pierwszy zostało użyte w 1933 roku przez Ernsta Manheima, który w swojej książce „Nosiciele opinii publicznej”¹⁸¹ pisze o „mediatyzacji bezpośrednich relacji międzyludzkich” (*Mediatisierung menschlicher Unmittelbarbeziehung*). Używa tego terminu, aby opisać zmiany stosunków społecznych w nowoczesności, zmiany, które spowodowane są pojawieniem się środków masowego przekazu. We współczesnych badaniach termin ten został na nowo przywołany w 1986 roku przez K. Aspa, który mówił o mediatyzacji życia politycznego, przez co miał na

¹⁷⁶ N. Couldry, A. Hepp, *Conceptualizing mediatization...*, dz. cyt., s. 192.

¹⁷⁷ R. Strużak, *Rozwój szerokopasmowego internet w Polsce – trendy i granice wzrostu*, „Telekomunikacja i techniki informacyjne”, nr 1-2, 2009, s. 38-48.

¹⁷⁸ Kamieniem milowym rozwoju smartfonów było wprowadzenie 29 czerwca 2007 do sprzedaży pierwszego iPhone’a. Telefon ten wyznaczył nowy standard i zmienił sposób postrzegania i korzystania z telefonu. Por. M. Jones, *iPhone History: Every generation in order from 2007 – 2019*, <https://historycooperative.org/the-history-of-the-iphone/> 18.11.2019.

¹⁷⁹ M. Laskowska, *Komunikacja za pomocą social media – możliwości i zagrożenia. Zarys problematyki.*, [w:] *Komunikacja – (po)rozumienie – obecność społeczna*, red. M. Biedroń, M. Wawrzak-Chodaczek, WAM, Toruń 2012, s. 29-41.

¹⁸⁰ I. A. Ushanova, *Mediatization of Communication: from Concept to Theory*, „Journal of Siberian Federal University. Humanities & Social Sciences”, nr 11, 2015, s. 2703 – 2712, S. Hjarvard, *Mediatization of Culture and Society*, Routledge, Londyn, 2013, s. 153.

¹⁸¹ E. Manheim, *Die Träger der öffentlichen Meinung. Studien zur Soziologie der Öffentlichkeit*, Brünn, Verlag Rudolf M. Rohrer, 1933, s.11.

myśli proces, w którym „system polityczny w wysokim stopniu jest pod wpływem i dostosowany do wymagań mediów w ich transmitowaniu polityki”¹⁸², jako pierwszy też powiązał mediatyzację z logiką mediów¹⁸³. Jedną z pierwszych definicji została stworzona przez Johna B. Thompsona w 1995 roku. Określa on „mediaizację” współczesnej kultury „jako szybkie rozprzestrzenianie się instytucji komunikacji masowej i rozwój sieci transmisji, dzięki którym upowszechnione formy symboliczne stały się dostępne dla coraz większej domeny odbiorców”¹⁸⁴.

Zainteresowanie europejskiej społeczności akademickiej mediatyzacją rosło sukcesywnie od końca lat 90. Pierwsze naukowe prace o mediatyzacji prowadzone były w dziedzinie politologii przez G. Mazzoleniego i W. Schultza¹⁸⁵. Konceptyjne prace teoretyczne i badania empiryczne o bardziej wyspecjalizowanym charakterze zostały opublikowane w Niemczech, Wielkiej Brytanii i Skandynawii¹⁸⁶.

Mimo że mediatyzacja nie jest nową dziedziną badań nad mediami i komunikacją, dotychczas nie została jednoznacznie zdefiniowana. Ważnymi, wczesnymi punktami odniesienia były z jednej strony „teoria medium” w tradycji Harolda Innisa¹⁸⁷, Marshalla McLuhana¹⁸⁸ i Joshuy Meyrowitza¹⁸⁹, a z drugiej „ekologia komunikacji” Davida Altheide'a i Roberta Snowa¹⁹⁰. Teoria mediów przyczyniła się do powstania koncepcji skupienia się nie tylko na treściach medialnych, ale także na oddziaływaniu mediów w ich materialności jako środka komunikacji. Podejście Altheide'a i Snowa przyniosło analizę podkreślającą siłę „formatowania” mediów - opisaną przez pojęcie „logiki me-

¹⁸² K. Asp, *Måktiga massmedier: Studier i politisk opinionsbildning*, Akademilitteratur, Stockholm, 1986, s. 359.

¹⁸³ K. Asp, *Medialization, Media Logic and Mediarchy*, „Nordicom Review”, nr 11, 1990, s. 47 – 50.

¹⁸⁴ J.B. Thompson, *The Media and Modernity: A Social Theory of the Media*. Cambridge, Polity Press, 1995, s.46.

¹⁸⁵ G. Mazzoleni, W. Schulz, *Mediatization of politics...*, dz. cyt., s. 247 – 261.

¹⁸⁶ F. Krotz, *Explaining the Mediatization Approach. Critical Perspectives on Media, Power and Change*, Routledge, Londyn, 2018, s. 103-118.

¹⁸⁷ G. Patterson, *History and Communication: Harold Innis, Marshall McLuhan, the Interpretation of History*, University of Toronto Press, Toronto, 1990, s. 3-5.

¹⁸⁸ „The medium is the message” to słynny zwrot autorstwa Marshalla McLuhana. Proponuje on, aby przedmiotem badań było samo medium, a nie jego treść. Powiedział, że medium oddziałuje na społeczeństwo, w którym odgrywa ono rolę nie tylko poprzez treści dostarczane za pośrednictwem medium, ale także poprzez cechy samego medium. M. McLuhan, *Understanding Media: The Extensions of Man*, McGraw-Hill, Nowy Jork, 1964, s. 7-24.

¹⁸⁹ D.P. Flayhan, *Cultural studies and media Ecology: Meyrovitz's medium theory and Carey's cultural studies*, „New Jersey Journal of Communication”, vol. 9, 2001, s. 21-44.

¹⁹⁰ D.L. Altheide, R.P. Snow, *Media logic*, Sage Publications, Beverly Hills, 1979, s. 7.

diów”¹⁹¹. Te początkowe założenia zostały rozwinięte w latach 90. Podczas gdy wcześnie rozumienie mediatyzowania było raczej metaforyczne¹⁹², później pojęcie to stawało się coraz bardziej teoretyczne¹⁹³.

2.2. Współczesne kierunki badań nad mediatyzacją

Współczesne definicje w wiodących badaniach¹⁹⁴ nad tą koncepcją wykazują tendencję do klasyfikacji w ramach dwóch głównych nurtów, opisanych przez Andreasa Heppa i Nicka Couldryego tradycją „instytucjonalną” i „konstruktywistyczną społecznie”¹⁹⁵.

W relacjach instytucjonalnych mediatyzacja jest postrzegana jako proces, w którym nie-mediowi aktorzy społeczni muszą się dostosować do „zasad, celów, logiki produkcji i ograniczeń mediów”¹⁹⁶. Tradycja ta rozumie media jako niezależną instytucję społeczną, posiadającą własne prawa. Mediatyzacja odnosi się tu do przystosowania różnych dziedzin lub systemów społecznych (jak nauki czy polityki) do tych zinstytucjonalizowanych zasad – „logiki mediów”¹⁹⁷.

W społecznych kontekstach konstruktywistycznych jest postrzegana jako proces, w którym zmieniające się technologie informacyjne i komunikacyjne napędzają „zmieniającą się komunikatywną konstrukcję kultury i społeczeństwa”. Termin „mediatyzacja” ma tu na celu uchwycenie zarówno tego, w jaki sposób komunikatywna konstrukcja rzeczywistości przejawia się w niektórych procesach medialnych, jak i tego, że specyficzne cechy niektórych mediów mają określoną „konsekwencję” dla całego procesu, w

¹⁹¹ „Logika mediów” jest rozpatrywana jako ogólne ramy rozumienia natury, wpływ i znaczenie mediów i technologii informacyjnych dla życia społecznego, a także ich wykorzystanie i adekwatność do badania komunikacji politycznej. Logika mediów jest definiowana jako forma komunikacji oraz proces, poprzez który media przekazują i przekazują informacje. Podstawową zasadą logiki mediów jest to, że wydarzenia, działania i występy aktorów odzwierciedlają technologie informacyjne, specyficzne media i formaty rządzące komunikacją. Logika medialna odnosi się do założeń i procesów konstruowania komunikatów w ramach danego medium. por. D.L. Altheide, R.P. Snow, *Media logic*, Sage Publications, Beverly Hills, 1979.

¹⁹² K. Asp, *Medialization, Media...*, dz. cyt., s. 47 – 50.

¹⁹³ por. F. Krotz, *Die Mediatisierung kommunikativen Handelns. Der Wandel von Alltag und sozialen Beziehungen, Kultur und Gesellschaft durch die Medien*, Opladen, Westdeutscher Verlag, 2001; G. Mazzoleni, W. Schulz, *Mediatization of politics...*, dz. cyt., s. 247 – 261; W. Schultz, *Reconstructing Mediatization...* dz.cyt.

¹⁹⁴ por. N. Couldry, A. Hepp, *Conceptualizing mediatization...*, dz. cyt., s. 196; G. Mazzoleni, W. Schulz, *Mediatization of politics...*, dz. cyt., s. 249; A. Hepp, *The communicative figurations ...*, dz. cyt., s. 616; S. Hjarvard, *The Mediatization of Society...*, dz.cyt., s. 105.

¹⁹⁵ A. Hepp, *The communicative figurations ...*, dz. cyt., s. 616.

¹⁹⁶ G. Mazzoleni, W. Schulz, *Mediatization of politics...*, dz. cyt., s. 249.

¹⁹⁷ S. Hjarvard, *The Mediatization of Society...*, dz.cyt., s.110.

którym rzeczywistość społeczno-kulturowa jest konstruowana w komunikacji i poprzez komunikację. Rozważanie tych specyficznych dla mediów form konstruowania rzeczywistości społeczno-kulturowej jest bardziej otwarte niż w koncepcji „logiki mediów”, podkreślającej złożoność mediów jako instytucji i technologii¹⁹⁸.

Rozwinięciem tego podziału było wprowadzenie przez Knuta Lundbyego podziału na trzy perspektywy¹⁹⁹: instytucjonalną, kulturową (społeczno-konstruktivistyczną) i materialną²⁰⁰. W ujęciu instytucjonalnym mediatyzację postrzega się jako proces społeczny, który „jest stymulowany zarówno przez rozwój mediów, jak i dynamikę wielu innych instytucji, w których podmioty społeczne próbują wykorzystać zasoby mediów do własnych celów”²⁰¹. Podejście kulturowe „dotyczy wewnętrznego funkcjonowania procesów komunikacji wszystkich rodzajów mediów”²⁰² czy tego, „jak ludzie konstruują świat społeczny i kulturowy”²⁰³. Perspektywa materialna skupia się na technologiach i ich właściwościach materialnych. Lundby opisuje koncepcję materialną jako „perspektywę, która podkreśla, że media są zawsze materializowane”²⁰⁴. W swojej pracy poświęconej mediatyzacji komunikacji podsumowuje on dyskusję na temat odpowiednich pojęć mediatyzacji w postaci macierzy. Porównuje w niej różnice koncepcyjne, przyglądając się trzem spornym aspektom: czasowi, technologii i podstawom teoretycznym²⁰⁵. Jak zauważył M. T. Adolf czas, technologia i teoria mogą się różnić nie tylko ze względu na starannie przemyślane wybory na płaszczyźnie teoretycznej, ale także ze względu na rzadko wyjaśniane kwestie. Jedna z nich znajduje się na poziomie społeczno-teoretycznym i dotyczy właściwych podstaw analitycznych badania procesów mediatyzacji. Druga znajduje się na poziomie określonym przez niego jako „średnio-

¹⁹⁸ N. Couldry, A. Hepp, *Conceptualizing mediatization...*, dz. cyt., s. 196.

¹⁹⁹ K. Lundby, *Mediatization of communication (introduction)*, [w:] *Mediatization of communication*, K. Lundby (red.), de Gruyter, Berlin, 2014, s. 3-35.

²⁰⁰ podział ten został przywołany również w artykule A. Heppa, S. Hjarvarda i K. Lundbyego, *Mediatization: Theorizing the Interplay between Media, Culture and Society*; „Media, Culture & Society”, nr 37(2), 2015, s. 1-11.

²⁰¹ A. Hepp, S. Hjarvard i K. Lundby, *Mediatization: Theorizing...*, dz. cyt., s.4.

²⁰² F. Krotz, *Mediatization: A concept with which to grasp media and societal change*, [w:] *Mediatization: Concept, chances, consequences*, K. Lundby (red.), Peter Lang, Nowy Jork, 2009, s. 24-25.

²⁰³ F. Krotz, *Mediatization: A concept...*, dz. cyt., s. 24-25.

²⁰⁴ K. Lundby, *Mediatization of communication...*, dz. cyt., s. 11.

²⁰⁵ Tamże, s. 5.

teoretyczny”, a jest to miejsce nieścisłości na temat tego, co stanowi medium lub media²⁰⁶.

Poza powyższymi podziałami na perspektywy i relacje istnieją inne próby uporządkowania klasyfikacji. W 2014 roku fińscy badacze M. Ampuja, J. Koivisto i E. Vaeliverronen²⁰⁷ wyróżnili dwie formy teorii mediatyzacji: silną formę²⁰⁸ opartą na założeniu, że „logika medialna” w coraz większym stopniu determinuje działania różnych instytucji i grup społecznych oraz słabą formę²⁰⁹ kwestionującą taką logikę, choć ta ostatnia forma podkreśla kluczową rolę mediów w zmianach społecznych i wyróżnia dzisiaj mediatyzację jako centralny „metaprocess”. Marcinkowski i Steiner wprowadzają „model push-and-pull” mediatyzacji, który sytuuje specyficzne warunki wstępne mediatyzacji w ramach „systemów mediatyzowanych”, a nie kojarzy ich z mediami jako takimi²¹⁰. Klaus Bruhn Jensen w swoich badaniach argumentował, że najważniejszą różnicą we współczesnych badaniach nad mediatyzacją jest to, czy termin ten jest używany do określenia pojęcia „uczulającego”²¹¹, czy też „ostatecznego”²¹² dla badania znaczenia społecznego mediów²¹³.

W niemieckiej nauce o komunikowaniu proces mediatyzacji definiowany jest z dwóch głównych perspektyw badawczych, które oferują komplementarne spojrzenia na zjawisko wpływu mediów na społeczeństwo²¹⁴. Pierwsza z nich, perspektywa socjologiczna, postrzega mediatyzację jako proces „społecznej i kulturowej zmiany”, w ramach którego kultura, codzienność oraz tożsamość jednostek ulegają znaczącym transformacjom pod wpływem rozwoju mediów²¹⁵. Mediatyzacja prowadzi bowiem do tego, że „różnicuje się i poszerza się komunikacyjne otoczenie ludzi, a wskutek tego coraz wię-

²⁰⁶ M.T.Adolf, *The identity of Mediatization: Theorizing a Dynamic Field*, [w:] *Dynamics of Mediatization*, O. Driessens, G. Bolin, A. Hepp, S. Hjarvard, (red.), Palgrave Macmillan, Londyn, 2017 s.15.

²⁰⁷ M. Ampuja, J. Koivisto, E. Vaeliverronen, *Strong and Weak Forms of Mediatization Theory. A Critical Review*, „Nordicom Review”, nr 35 Special issue, 2014, s. 111-123.

²⁰⁸ przypisywaną takim badaczom jak D. Altheide, S. Hjarvard, J. Stromback, W. Schulz .

²⁰⁹ przypisywaną takim badaczom jak F. Krotz, N. Couldry, A. Hepp.

²¹⁰ M.T.Adolf, *The identity of Mediatization...*, dz. cyt., s.13.

²¹¹ „Pojęcia uczulające” to konstrukcje, które pochodzą z perspektywy uczestników badania, przy użyciu ich języka lub wyrażen, i które uczulają badacza na możliwe kierunki badań. Por. H. Blumer, *What is wrong with social theory?*, „American Sociological Review”, nr 19, 1954, s. 7.

²¹² „Ostateczne pojęcia” są zdefiniowane w dość wąski, precyzyjny i jasny sposób. Dają one bardzo jasne wskazówki, czego należy szukać w sytuacji badawczej. H. Blumer, *What is wrong...*, dz. cyt., s. 7.

²¹³ K.B. Jensen, *Definitive and Sensitizing Conceptualizations of Mediatization*, *Communication Theory* 23(3), (2013), s. 206-208.

²¹⁴ M. Meyen, *Medialisierung*, dz. cyt., s. 26-27.

²¹⁵ F. Krotz, *Metaprozesse sozialen ...*, dz. cyt., s. 7.

cej osób coraz częściej i w coraz bardziej zróżnicowany sposób wiąże swoje społeczne i komunikacyjne działania z coraz bardziej różnorodnymi mediami”²¹⁶. Z kolei perspektywa komunikologiczna koncentruje się na społecznych skutkach, jakie niesie za sobą proces komunikacji zdominowanej przez media masowe. W tym ujęciu mediatyzacja powoduje, że różne podmioty zaangażowane w komunikację publiczną muszą dostosowywać swoje strategie do logiki działania mediów oraz uwzględniać specyfikę przekazów medialnych.²¹⁷ Oznacza to, że procesy komunikacyjne są kształtowane w coraz większym stopniu przez zasady i dynamikę mediów, co prowadzi do przekształceń w sposobie realizacji komunikacji publicznej oraz jej odbioru przez społeczeństwo. Obie te perspektywy ukazują, jak rozwój mediów wpływa na codzienne interakcje społeczne oraz procesy komunikacyjne, podkreślając złożoność i wielowymiarowość mediatyzacji w kontekście współczesnego świata.

2.3 Współczesne badania mediatyzacji

2.3.1 Nick Couldry i Andreas Hepp

Andreas Hepp wraz z Nickiem Couldrym przedstawili historię mediów i komunikacji jako punkt wyjścia do teoretycznych rozważań na temat tego, w jaki sposób poprzez komunikację zmieniała się w czasie konstrukcja świata społecznego²¹⁸. Ukazują w jaki sposób każda nowa forma komunikacji wywarła wpływ na kulturę i społeczeństwo. Uważają, że „potrzebujemy głębszego zrozumienia mediatyzowania kultury i społeczeństwa, aby uchwycić obecne przemiany świata społecznego i naszego środowiska medialnego. Rola komunikacji w historii nie przenosi się, jak relacja rasowa, z jednego wpływającego medium na inne. Jest to raczej ciągłe i kumulatywne włączanie komunikacji w świat społeczny, które doprowadziło dziś do coraz bardziej złożonych relacji pomiędzy środowiskiem medialnym, aktorami społecznymi, a tym samym światem społecznym”²¹⁹.

Mediatyzacja wg A. Heppa to pojęcie, pozwalające na krytyczną analizę powiązań między zmianami, z jednej strony w mediach i komunikacji, a zmianami w kulturze i

²¹⁶ Tamże, s. 13-14.

²¹⁷ J. Westerbarkey, *Journalismus und Öffentlichkeit...*, dz. cyt., s. 155.

²¹⁸ N. Couldry, A. Hepp, *Mediated construction of reality*, Polity Press, Cambridge / Malden, 2017, s.27 (e-book).

²¹⁹ Tamże, s. 27.

społeczeństwie z drugiej strony²²⁰. Nie jest to koncepcja „efektów oddziaływania mediów”²²¹, ale raczej dwukierunkowy koncept rozumienia tego, jak przemiany kultury i społeczeństwa powiązane są ze specyficznymi zmianami w mediach i komunikacji. Na tym ogólnym poziomie mediatyzacja ma wymiar zarówno ilościowy, jak i jakościowy²²². W odniesieniu do aspektów ilościowych, mediatyzacja odnosi się do rosnącego rozprzestrzenienia się w czasie, przestrzeni i w społeczeństwie komunikacji za pośrednictwem mediów. Z czasem przyzwyczajono się coraz bardziej do komunikacji na odległość za pomocą mediów w różnych kontekstach. W odniesieniu do aspektów jakościowych, mediatyzacja odnosi się do specyfiki niektórych mediów w ramach zmian społeczno-kulturowych. Liczy się to, jaki rodzaj mediów jest stosowany do jakiego rodzaju komunikacji²²³.

Inna definicja tego badacza mówi, że mediatyzacja jest długotrwałym i nieliniowym procesem, który można prześledzić co najmniej od początku różnych nowoczesności²²⁴. W istocie termin mediatyzacja oddaje, z jednej strony, rosnącą popularność mediów technologicznych w społeczeństwie, a z drugiej strony pokazuje jak różne dziedziny społeczne stają się coraz bardziej kształtowane przez te media²²⁵.

Jeśli przyjrzeć się dokładniej temu, co się zmienia w czasie, nie jest to kwestia rewolucyjnego pojawienia się jednego rodzaju medium²²⁶ w konkretnych punktach historii. To, co zmienia się, to raczej agregat dostępnych mediów komunikacyjnych i rola, jaką pełnią one (w swoich relacjach) w formowaniu świata społecznego. Krótko mó-

²²⁰N. Couldry, A. Hepp, *Conceptualizing mediatization...*, dz. cyt., s. 197.

²²¹ Efekty oddziaływania mediów to te rzeczy, które pojawiają się jako wynik - albo w części, albo w całości - z wpływu mediów. Patrz W. J. Potter, *Media Effects*, SAGE Publications, Thousand Oaks, 2012, s. 38.

²²² A. Hepp, *Mediatization as a panorama of media and communication research*, [w:] *Mediatization and sociolinguistic change*, A. Jannis (red.), de Gruyter, Berlin 2013, s. 49-66.

²²³ N. Couldry, A. Hepp, *Conceptualizing mediatization...*, dz. cyt., s. 197.

²²⁴ odniesienie do „późnej nowoczesności” pojawia się również w definicji Hjarvarda (por.) S. Hjarvard, *The Mediatization of Society...*, dz.cyt., s.105.

²²⁵ A. Hepp, *Transforming Communications. Media-related Changes in the Times of Deep Mediatization*, „Communicative Figurations”, nr 16, 2019, s. 13

²²⁶ Nawiązując do uczonych teorii medium, takich jak Harold Innis i Marshall McLuhan, powszechnie stało się opowiadanie historii komunikacji jako faz dominacji pewnego rodzaju medium, które następnie należy rozumieć jako mające głęboki i globalny wpływ kulturowy. Historia ludzkości jest następnie odczytywana jako sekwencja kultur zdominowanych przez media: Tradycyjne kultury mówione" są zastępowane przez "kultury pisarskie", a następnie "kultury drukowane" i "globalne kultury elektroniczne", p. J. Meyrowitz, *Medium Theory*, [w:] *Communication Theory Today*, D.J Crowley, D. Mitchell (red.), Polity, Cambridge, 1995, s. 55-77.

wiąc, musimy skupić się na zmieniającym się środowisku medialnym: całości mediów komunikacyjnych dostępnych w jednym punkcie czasoprzestrzeni²²⁷.

Rozpatrując historię mediatyzacji w kilku ostatnich stuleciach Hepp i Couldry podzielili ją na trzy następujące po sobie i nakładające się fale: „mechanizacji”, „elektryfikacji” i „cyfryzacji”. Jednakże można założyć, że w drugiej dekadzie XXI wieku zaczyna się kolejna, czwarta fala „datyfikacja”²²⁸. Według tej teorii fale „cyfryzacji” i „datyfikacji” odpowiadają fazom głębokiej mediatyzacji (*deep mediatization*). Falę mediatyzacji definiujemy jako zasadniczą zmianę jakościową w środowiskach medialnych na tyle istotną, że stanowi ona odrębną fazę trwającego procesu mediatyzacji, nawet wtedy, gdy dopuszcza się bardzo różne formy, jakie te środowiska medialne mogą przybierać w poszczególnych kontekstach lokalnych, regionalnych i narodowych. U podstaw takich fal leżą fundamentalne zmiany technologiczne w charakterze mediów (i relacji z mediami), które tworzą środowiska medialne. W tym przypadku argumentem nie jest (jak w teorii mediów), że każda nowa fala medialna skutkuje globalnie w określonym rodzaju kultury i społeczeństwa. Co najwyżej punkty wyjścia do uchwycenia zmian społecznych, o ile dotyczą one mediów, mogą zmieniać się zdecydowanie z etapu na etap. Różnice pozostają oczywiście w odniesieniu do konkretnego kontekstu. Jednak nawet uwzględniając te różnice, możemy prześledzić wyraźne fale mediatyzacji, które odnoszą się do zasadniczych zmian jakościowych w środowisku medialnym²²⁹.

2.3.1.1. Fale mediatyzacji

Fale mediatyzacji to procesy, które stopniowo zmieniały sposób, w jaki komunikujemy się i funkcjonujemy w otaczającym nas świecie. Każda z tych fal przekształcała zarówno technologie medialne, jak i same media, a także wpływała na nasze codzienne życie, relacje społeczne i dostęp do informacji. Mediatyzacja nie tylko tworzy nowe formy komunikacji, ale także zmienia sposób, w jaki społeczeństwo odbiera i przetwarza treści, prowadząc do coraz większej integracji mediów z naszymi praktykami kultu-

²²⁷ N. Couldry, A. Hepp, *Mediated construction...*, dz. cyt., s.31 (e-book).

²²⁸ Datyfikacja (lub danyfikacja) są terminami stosowanymi w socjologii i odnoszą się do „kwantyfikowania i przekładania wszelkich elementów rzeczywistości na dane, by móc je poddać agregowaniu i algorytmizacji”. Patrz Ł. Iwasiński, *Społeczne zagrożenia danetyzacji rzeczywistości*, [w:] *Nauka o informacji w okresie zmian. Informatologia i humanistyka cyfrowa*, B. Sosińska-Kalata (red.), SBP, Warszawa 2016, s. 135.

²²⁹ N. Couldry, A. Hepp, *Mediated construction...*, dz. cyt., s.27 (e-book).

rowymi i społecznymi. Couldry i Andreas Hepp wyróżnili następujące fale mediatyzacji: mechanizację, elektryfikację i cyfryzację.

„Przez *mechanizację* należy rozumieć taką falę mediatyzacji, dzięki której środowisko mediów stało się w pewnym stopniu zautomatyzowane”²³⁰. Dla Europy i Ameryki Północnej początkiem tej fali było wynalezienie w 1448 roku prasy drukarskiej przez Jana Gutenberga²³¹. Należy jednak pamiętać, że technika druku została wynaleziona o wiele wcześniej w Chinach. Wang Jie wydrukował w 868 roku słynną Diamentową Sutrę - najwcześniejszą drukowaną książkę, jaka istnieje. Ksylografia (druk blokowy) była znana w Chinach przez co najmniej cztery wieki przed 932 roku, kiedy to Feng Dao rzekomo „wymyślił” ją, kierując drukowaniem 11 klasyków konfucjańskich wypełniających 130 tomów - zadanie, które trwało 20 lat²³².

Mechanizacja doprowadziła nie tylko do zwiększenia współistnienia i współoddziaływania mediów drukowanych mechanicznie z rękopisami i innymi mediami²³³, ale umożliwiła również powstanie wielu nowych mediów: oprócz drukowanej książki były to najpierw broszury i ulotki, traktaty polityczne i religijne, później prasa. Dosyć szybko władza i monarchowie zaczęli drukować swoje obwieszczenia, jak również nowo stanowione prawa²³⁴. Co istotne, media te wpływały na siebie nawzajem na różne sposoby. Przykładowo, drukowane traktaty poświęcone sztuce pisania listów wywierały istotny wpływ na rozwój ręcznie pisanej korespondencji w Europie wczesnonowożytnej. Pomimo rosnącej popularności druku, rękopisy przez długi czas zachowały swoją rolę, umożliwiając przekazywanie kontrowersyjnych treści szerszemu kręgowi odbiorców. Zjawisko to było ściśle powiązane z utrwaloną w kulturze praktyką ręcznego kopiowania i nieformalnego rozpowszechniania treści, niezależnie od instytucji wydawniczych. Miało to szczególne znaczenie w okresach, gdy druk podlegał surowej kontroli instytucjonalnej i cenzurze²³⁵. Mechanizacja znacząco zmieniła środowisko medialne. Wraz z mechanizacją środowiska medialne stały się bardziej zróżnicowane i złożone, dzięki

²³⁰ Tamże, s. 22 (e-book).

²³¹ <https://encyklopedia.pwn.pl/haslo/Gutenberg-Johannes:3909007.html>, dostęp 06.09.2019, choć A. Briggs i P. Burke w swojej książce „A Social History of the Media” (Cambridge: Polity, 2009, s. 13) za przybliżoną datę wynalezienia prasy drukarskiej przez Gutenberga przyjmują rok 1450.

²³² S.A. Gunarante, *Paper, Printing and the Printing Press*, „Gazette”, vol. 63(6), 2001, s. 459-479

²³³ F. Bösch, *Mass Media and Historical Change*, Berghahn, Oxford, 2015, s. 20.

²³⁴ D. McQuail, *Teoria komunikowania...*, dz. cyt, s. 44-45.

²³⁵ A. Briggs, P. Burke, *A Social History of the Media*, Polity, Cambridge, 2009, s. 38.

standaryzacji reprodukcji powstała możliwość dotarcia do szerszej grupy odbiorców poprzez jeden rodzaj mediów.

Drugą falą mediatyzacji jest elektryfikacja, która ponownie zmieniła całe środowisko mediów. „Przez *elektryfikację* rozumie się przekształcanie mediów komunikacyjnych w technologie i infrastrukturę opartą na transmisji elektronicznej. W elektryfikacji, różnego rodzaju media stawały się coraz bardziej zakorzenione w szerszych sieciach technologicznych: w sieciach elektroenergetycznych, kablowych, sieci radiowej. Jest to również kolejny krok w kierunku wzajemnego, ściślejszego powiązania mediów, a tym samym zwiększenia współzależności w środowisku medialnym”²³⁶. To, co odróżnia elektryfikację od mechanizacji, to fakt, że elektryfikacja nie może być powiązana z żadną pojedynczą, ważną innowacją technologiczną w dziedzinie mediów, taką jak druk, ale z wieloma, przede wszystkim z telegrafem elektrycznym, fotografią, telefonem, gramofonem, filmem, radiem, telewizją i magnetyczną taśmą audio.

Wynalezienie telegrafu elektrycznego było skutkiem ewolucji naukowej, która miała miejsce od XVIII wieku w dziedzinie elektryczności. Jednym z kluczowych wydarzeń było wynalezienie ogniwa voltaicznego w 1800 roku przez Alessandro Voltę. Umożliwiło to bardziej efektywne zasilanie urządzeń elektrycznych przy użyciu stosunkowo niskich napięć i wysokich wartości natężenia prądu. Pierwsze dwa funkcjonalne telegrafy elektryczne pojawiły się niemal jednocześnie. W 1837 roku Brytyjczycy wynalazcy Sir William Fothergill Cooke i Sir Charles Wheatstone uzyskali patent na system telegraficzny, który wykorzystywał sześć przewodów i uruchamiał pięć wskaźników igłowych przymocowanych do pięciu galwanoskopów przy odbiorniku. Jeśli prąd był przesyłany przez odpowiednie przewody, igły wskazywały konkretne litery i cyfry na płycie montażowej. W 1832 roku Samuel F. B. Morse, profesor malarstwa i rzeźby na Uniwersytecie miasta Nowy Jork, zainteresował się możliwością telegrafii elektrycznej i wykonał szkice pomysłów takiego rozwiązania. W 1835 roku stworzył system kropek i kresek przedstawiających litery i cyfry, a w 1837 roku uzyskał patent na telegraf elektromagnetyczny²³⁷.

Kolejny ważny wynalazek to telefon stacjonarny, skomercjalizowany w latach 70. XIX wieku, po niemal równoczesnym wynalezieniu przez kilka różnych osób rozwią-

²³⁶ N. Couldry, A. Hepp, *Mediated construction...*, dz. cyt., s. 35 (e-book).

²³⁷ <https://www.britannica.com/technology/telegraph> dostęp 18.09.2019.

zania technicznego, które było w stanie przekształcić ludzki głos w zakodowany sygnał²³⁸.

Analizując rozwój telegrafii elektrycznej i telefonii, dostrzegamy intrygujące zjawisko, w którym wczesne etapy elektryfikacji koncentrowały się przede wszystkim na umożliwieniu bezpośredniej komunikacji między ludźmi, a nie na przekazie informacji do szerokiej publiczności²³⁹. Ta tendencja podkreśla, jak na początku nowe technologie elektryczne były postrzegane i że wykorzystywane były jako narzędzia do indywidualnej wymiany wiadomości i rozmów, zamiast służyć jako medium dla masowego rozpowszechniania treści.

Proces elektryfikacji można zrozumieć jako ewolucję od prostych, mechanicznych urządzeń do skomplikowanych systemów częściowo, a następnie w pełni elektronicznych. W dziedzinie komunikacji audio ta ewolucja jest widoczna poprzez pojawienie się i rozwój takich technologii jak gramofon, radio oraz taśmy magnetyczne. Każdy z tych wynalazków stanowił krok naprzód w sposobie, w jaki ludzie mogli rejestrować, przechowywać i odtwarzać dźwięk.

W dziedzinie komunikacji wizualnej kolejny raz obserwujemy przejście ku elektryfikacji, oparte na zaawansowanej mechanizacji. Fotografia wynaleziona w latach trzydziestych XIX wieku oparta była jedynie na reakcji chemicznej i obróbce mechanicznej²⁴⁰; jej elektryfikacja rozpoczęła się w latach pięćdziesiątych XX wieku poprzez zastosowanie części elektrycznych w aparatach fotograficznych. Produkcja filmowa szybciej przeszła w elektryfikację. Ponieważ początkowo było to również medium mechaniczno-chemiczne, projekcja filmów w kinach wymagała silnego oświetlenia, a także silników elektrycznych napędzających szpule filmu. Kolejnym krokiem w kierunku elektryfikacji było udźwiękowienie filmu, a z czasem film stał się medium elektronicznym. Zazwyczaj jednak o elektryfikacji myśli się w kategoriach mediów nadawczych, czyli radia i telewizji. Opracowana jako technologia pod koniec XIX wieku, pierwsza transmisja radiowa miała miejsce w wigilię Bożego Narodzenia 1906 roku, z Brant

²³⁸ G. Balbi, R. R. John, *Point-to-Point: Telecommunications Networks from the Optical Telegraph to the Mobile Telephone*, „Communication and Technology”, 5th volume of the Handbook of Communication Science, 2014, str. 39.

²³⁹ N. Couldry, A. Hepp, *Mediated construction...*, dz. cyt., s. 36 (e-book).

²⁴⁰ H. Gernsheim, *La première photographie au monde*, <https://journals.openedition.org/etudesphotographiques/92> 02.18.2019.

Rock w stanie Massachussets²⁴¹. Jednak dopiero pod koniec I wojny światowej i na początku lat 30. XX wieku radio stało się wiodącym medium. Regularna transmisja telewizyjna rozpoczęła się dopiero pod koniec lat 30. XX wieku²⁴², a powszechna stała się od II wojny światowej²⁴³.

Te historyczne momenty pokazują, jak całe środowisko medialne uległo transformacji poprzez elektryfikację. Pojawiły się „nowe” media, ale także „starsze” media, takie jak prasa, również uległy zmianie. Elektryfikacja zapoczątkowała głęboką zmianę jakościową całego środowiska medialnego poprzez szybko następujące po sobie medialne innowacje technologiczne, mające swój pierwszy szczyt na początku XX wieku - czasu, w którym współcześni wyobrażali sobie nadejście za sto lat ery komunikacji bezprzewodowej²⁴⁴. Na całym świecie elektryfikacja była ogromnym przedsięwzięciem, a ogromne środki prywatne i publiczne zaangażowane zostały w inwestycje niezbędne do zbudowania odpowiedniej infrastruktury technicznej, przez rozwój stacji nadawczych i sieci kablowych.

Elektryfikację można jednak postrzegać - przynajmniej na początku - jako rozszerzenie mechanizacji, ale z tą kluczową różnicą, że wiązała się ona z głębszym połączeniem mediów poprzez nową infrastrukturę technologiczną: sieć energetyczną, sieci kablowe i nadawcze itp. Pojedyncze media wydawały się mniej niezależne; coraz częściej możliwości techniczne były nie tylko po stronie producentów, ale także po stronie użytkowników. Dlatego też na poziomie podstawowym elektryfikacja może być rozumiana jako przejście do głębszego i technicznie bardziej powiązanego środowiska medialnego²⁴⁵. Z perspektywy zmian socjalnych i kulturowych elektryfikacja umożliwiła równoczesną transmisję treści medialnych w przestrzeni oraz realizację nowych form niemal natychmiastowej, wzajemnej komunikacji na duże odległości. Była to nowa możliwość jednoczesnej komunikacji osobistej w przestrzeni. Ponadto te formy komunikacji dały

²⁴¹ J.S. Belrose, *A Fessenden Christmas Eve Broadcast Retrospective*, „IEEE Antennas and Propagation Magazine” nr 54(4), 2012, s. 284-287.

²⁴² *History of the BBC* <https://www.bbc.com/historyofthebbc/timelines/1930s/> 26.02.2024.

²⁴³ T. Goban-Klas, *Media i komunikowanie masowe*, Wydawnictwo Naukowe PWN SA, Warszawa, 2004, s.21.

²⁴⁴ Jak napisał Robert Sloss w „Das Drahtlose Jahrhundert”: "Każdy człowiek będzie miał swój własny telefon kieszonkowy, przez który będzie w stanie połączyć się z kimkolwiek zechce. Mieszkańcy czasu bezprzewodowego będą chodzić wszędzie ze swoim odbiornikiem, który zostanie umieszczony gdzieś, w kapeluszu lub gdzie indziej...". R. Sloss, *Das Drahtlose Jahrhundert*, [w:] *Die Welt in Hundert Jahren*, Brehmer, M. (red.), Berlin, Verlagsanstalt Buntdruck, reprint 2013 (1910), s.27-48.

²⁴⁵ N. Couldry, A. Hepp, *Mediated construction...*, dz. cyt., s. 37 (e-book).

sposobność kreowania kultury w nowych wymiarach przestrzennych i czasowych²⁴⁶. Radio umożliwiło na przykład narodowe transmisje ważnych wydarzeń, takich jak przemówienia polityczne, ceremonie koronacyjne czy ważne wydarzenia sportowe, co pozwoliło ludziom z różnych części kraju, a nawet świata, doświadczać tych momentów wspólnie, w realnym czasie. To z kolei przyczyniło się do tworzenia wspólnej przestrzeni kulturowej i poczucia wspólnoty wśród słuchaczy oddzielonych od siebie dużymi odległościami.

Cyfryzacja jest trzecią falą mediatyzacji w ciągu ostatnich kilku stuleci i jest przede wszystkim związana z komputerem, Internetem i telefonem komórkowym. Wszystkie trzy są kluczowymi wynalazkami tej fali mediatyzacji, ale znów powinniśmy zastanowić się nad opisywaniem ich jako „rewolucyjnych”: jak wszystkie inne wynalazki, są one wynikiem złożonych, rozproszonych społecznych procesów tworzenia. Jedną perspektywą tych procesów postrzega algorytmy i oprogramowanie jako podstawowy poziom mediów cyfrowych; druga podkreśla perspektywę polityki w historii cyfryzacji; trzecia wydobywa konteksty kulturowe i „pionierskie” grupy stojące za tymi wydarzeniami.

Jedną z głównych cech charakterystycznych późniejszych fal mediatyzacji jest wzmożone wzajemne powiązanie między mediami, które są z nimi kojarzone. Internet jest infrastrukturą, która umożliwia połączenie współczesnych urządzeń medialnych z komputerami typu *mainframe*, dużymi centrami danych, a w niedalekiej przyszłości z autonomicznymi systemami (na przykład transport, przemysł, opieka zdrowotna, czy też bezpieczeństwo publiczne) oraz łączy wszystkie nasze działania na niezliczonych platformach cyfrowych²⁴⁷.

Internet został „włączony” w styczniu 1983 roku i przez pierwsze 10 lat był niemal wyłącznie domeną badaczy akademickich, co oznaczało, że cyberprzestrzeń ewoluowała jako równoległy, utopijny wszechświat, w którym nie miały zastosowania normy świata rzeczywistego, fizycznego²⁴⁸. Powoli stawał się on ogólnoswiatową siecią, mechanizmem rozpowszechniania informacji oraz środkiem współpracy i interakcji mię-

²⁴⁶ J. Gripsrud, *Television and Common Knowledge*, Taylor & Francis Routledge, Londyn 2002, s. 22 – 28.

²⁴⁷ N. Couldry, A. Hepp, *Mediated construction...*, dz. cyt., s. 38 (e-book).

²⁴⁸ J. Naughton, *The Internet Is Not the Answer review – how the digital dream turned sour*, <https://www.theguardian.com/books/2015/feb/01/internet-is-not-the-answer-review-andrew-keen> 24.09.2019.

dzy osobami fizycznymi i ich komputerami bez względu na położenie geograficzne. Jest jednym z najbardziej udanych przykładów korzyści płynących z trwałych inwestycji i zaangażowania w badania i rozwój infrastruktury informatycznej. Poczynając od wczesnych badań nad komutacją pakietów²⁴⁹, rząd, przemysł i środowisko akademickie były partnerami w rozwoju i wdrażaniu tej ekscytującej nowej technologii²⁵⁰.

Kolejnym znaczącym krokiem w rozwoju technologii było niezależne opracowanie tzw. „smartfonów” – telefonów komórkowych, które oferowały znacznie więcej niż tradycyjne funkcje, takie jak rozmowy głosowe czy wysyłanie i odbieranie wiadomości tekstowych, będące kluczową innowacją wcześniejszych urządzeń mobilnych. Tym, co odróżniało smartfony od tradycyjnych telefonów komórkowych, była możliwość korzystania z zaawansowanych aplikacji, stały dostęp do internetu oraz integracja różnych funkcji multimedialnych, takich jak aparat fotograficzny, odtwarzacz muzyki, czy nawigacja GPS.²⁵¹

Następnym kluczowym krokiem było pojawienie się w 1997 roku pierwszego serwisu społecznościowego²⁵² - nowego typu strony internetowej, która dostarczyła platformy umożliwiające łączenie i komunikowanie się setkom milionów użytkowników, w ramach parametrów zarządzania formą i treścią opracowanych przez właścicieli tych platform. Z Internetem łączono aspiracje do demokratyzacji tworzenia i dostępu do informacji, a także do zwiększenia zaangażowania ludzi w sprawy społeczne i polityczne. Jednakże, przekształcił się on w przestrzeń głęboko skomercjalizowaną, dominowaną przez coraz bardziej powierzchowne aspekty życia społecznego²⁵³.

²⁴⁹ Komutacja pakietów (ang. „packet switching”) to transmisja danych za pomocą zaadresowanych pakietów, w ten sposób, że kanał zajmowany jest tylko podczas transmisji pakietu i po ukończeniu jego transmisji kanał jest zwalniany. M. Żynel, *Podstawy sieci komputerowych*, <https://math.uwb.edu.pl/~mariusz/share/classes/psk/w01.pdf> 24.09.2024.

²⁵⁰ B.M. Leiner, *Brief History of the Internet*, „Internet Society”, 1995, s.2.

²⁵¹ Prawdziwa rewolucja w dziedzinie smartfonów rozpoczęła się dopiero w roku 2007, kiedy to Steve Jobs ujawnił pierwszy telefon iPhone. Poprzednie telefony opierały się na klawiaturach i mogły poruszać się tylko w rozwodnionej wersji internetu. Duży ekran dotykowy iPhone'a mógł przeszukiwać strony internetowe, tak jak komputer stacjonarny. Za: *How did smartphones evolve*, <https://sciencenode.org/feature/How%20did%20smartphones%20evolve.php> dostęp 24.09.2019.

²⁵² Pierwszym serwisem społecznościowym zbliżonym do obecnego był założony w 1997 roku sixdegrees.com, zawierał stronę wirtualnej tożsamości i prezentacji, jak również wspomnianą funkcję listy przyjaciół i określił w ten sposób podstawowe standardy serwisu społecznościowego. K. Linke, *Generation Facebook? – The History of Social Networks*, „University of Applied Science Kufstein”, 2011, s. 2-3.

²⁵³ M. Juza, *Internet w życiu społecznym – nadzieje, obawy, krytyka*, „Studia Socjologiczne”, nr 1 (220), 2016, s. 199.

Podobnie jak fala elektryfikacji, cyfryzacja nie dotyczyła tylko nowo powstałych mediów. „Stare media” drukowane i elektroniczne również stawały się coraz bardziej cyfrowe. Branża drukarska, szczególnie przemysł książkowy i gazetowy oraz radio, film i telewizja stały się także cyfrowe. Cyfryzacja dotyczy tu zarówno produkcji, użytkowania jak i fundamentalnej zmiany w modelach biznesowych tych mediów. Z perspektywy zmian socjalnych i kulturowych można mówić o „przesyceniu mediów”²⁵⁴. Z drugiej strony również należy zauważyć nowe możliwości odbiorców komunikacji. Sta- li się oni, cytując Marka Thompsona - dyrektora generalnego BBC, „aktywną widow- nią, która nie chce tylko biernie siedzieć, ale aktywnie uczestniczyć, debatować, two- rzyć, komunikować i dzielić się (swoimi odczuciami)”, czy też jak powiedział Rupert Murdoch „oni (odbiorcy) chcą mieć kontrolę nad swoimi mediami, zamiast być kontro- lowanymi przez nie”²⁵⁵.

Cyfryzacja wiąże się z dalszym pogłębieniem, zarówno w zakresie łączności infra- struktur, jak i w zakresie tworzenia warstw powiązanych praktyk medialnych, w które rutynowo zaangażowane są obecnie jednostki lub grupy. Środowisko medialne coraz bardziej cechuje się konwergencją. Nie przejawia się ona w samych urządzeniach me- dialnych, bez względu na ich zaawansowanie technologiczne. Konwergencja ma miej- sce w umysłach indywidualnych użytkowników i objawia się w ich relacjach społecz- nych z innymi. Każdy z nas konstruuje swój osobisty przekaz z fragmentów informacji wydobytych z mediów i przekształconych w zasoby, przez które nadajemy sens nasze- mu życiu codziennemu²⁵⁶.

2.3.1.2. Głęboka mediatyzacja

Mediatyzacja nastąpiła w formie fal - mechanizacja, elektryfikacja, cyfryzacja - z których każda zasadniczo zmieniała całe środowisko medialne. Ale ponieważ mówi się o środowisku medialnym jako o całości, takie fale mediatyzacji nie mogą być rozumiane jako „dyfuzja”²⁵⁷ jednego dominującego medium i zbyt proste jest stwierdzenie, że

²⁵⁴ W książce „Media, society, world” Nick Couldry przywołuje metaforyczny obraz mediów jako „strumienia, przesyconego przepływem obrazów i tekstu, który codziennie nas przytłacza” Couldry N. *Media, Society, World: Social Theory and Digital Media Practice*, Polity, Cambridge, 2012, s.5.

²⁵⁵ J. Rosen, *The People formerly Known as the Audience*, https://www.huffpost.com/entry/the-people-formerly-known_1_b_24113 26/09/2019.

²⁵⁶ H. Jenkins, *Convergence culture*, New York University Press, Nowy Jork, 2006, s.3-4.

²⁵⁷ „Dyfuzja jest procesem, za pomocą którego innowacja jest przekazywana pewnymi kanałami w czasie pomiędzy członkami systemu społecznego. Jest to szczególny rodzaj komunikacji, ponieważ ko-

zawsze żyje się w erze radia, telewizji czy Internetu. Im bardziej zawile jest budowanie świata społecznego wplatające się w nasze wykorzystanie mediów, tym bardziej zawile są współzależności pomiędzy samymi mediami. Jest to podwójna zmiana, którą określamy mianem „głębokiej mediatyzacji”. W jej czasach, aby uchwycić komunikatywną konstrukcję świata społecznego, nie wystarczy rozważać pojedyncze media w odosobnieniu: analiza musi osiągnąć wyższy poziom złożoności. Aby zrozumieć mediatyzację, trzeba ją rozumieć jako proces pogłębiającej się współzależności technologicznej²⁵⁸.

Głęboka mediatyzacja to zaawansowany etap mediatyzacji, w którym *sense-making*²⁵⁹ i wszystkie elementy naszego świata społecznego są ściśle powiązane z mediami i ich infrastrukturą. Według Couldryego i Heppa, nazywając współczesną mediatyzację „głęboką”, wskazuje się, że wraz z ostatnią falą cyfryzacji mediatyzacja weszła w nowy etap: nie jest już celowe pojmowanie społecznego oddziaływania „mediów” jedynie jako wpływu wyodrębnionej dziedziny (tj. dziennikarstwa), która jest odseparowana z innych dziedzin świata społecznego. Bez względu na to, jaką część społeczeństwa weźmiemy pod uwagę, jego rozwój jest w ten czy inny sposób związany z technologicznymi mediami komunikacyjnymi, które stają się cyfrowe. Twierdzą oni, że „głęboka mediatyzacja” zachodzi we wszystkich społeczeństwach „zachodnich” jako całości. Nawet wtedy, gdy próbuje się uciec przed tą coraz bardziej powszechną współczesną mediatyzacją - na przykład organizacje, które wprowadzają dni wolne od poczty elektronicznej - takie zachowanie jest jedynie czymś, co możemy nazwać tymczasowymi „oazami de-mediatyzacji”. Głęboka mediatyzacja charakteryzuje się trzema kluczowymi cechami, które odróżniają ją od wcześniejszych form komunikacji medialnej. Pierwszą z nich jest cross-mediowy charakter tego zjawiska. Oznacza to, że zmiany w środowisku medialnym nie wynikają z pojawienia się jednego konkretnego medium, lecz są rezultatem ogólnej digitalizacji oraz integracji „starych” mediów z nowymi, cy-

munikaty dotyczą nowych idei.” E.M. Rogers, *Diffusion of Innovations*, The Free Press, Nowy Jork, 1983, s. 5.

²⁵⁸ N. Couldry, A. Hepp, *Mediated construction...*, dz. cyt., s. 26, 42 (e-book).

²⁵⁹ *Sense-making* (nadawanie sensu) jest to proces, który zachodzi na bieżąco i dotyczy tego, w jaki sposób ludzie zauważają wydarzenia, w jaki sposób nadają im znaczenia i jak te znaczenia wpływają na ich teraźniejsze i przyszłe zachowania. Nadawanie sensu wiąże się z udzieleniem odpowiedzi na pytania: „Jak coś się wydarzyło?”, „Co to wydarzenie znaczy?”, „Co powinniśmy zrobić?”. Proces ten odbywa się przez interakcje ze środowiskiem i pozwala na większe uporządkowanie świata. K. Kowalczyk, *Nadawanie sensu, ustanawianie i badania Karla Weicka*, [w:] *Zarządzanie, organizacje i organizowanie – przegląd perspektyw teoretycznych*, K. Klincewicz (red.), Wydawnictwo Naukowe Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2016, s. 451.

frowymi mediami. Taki stan rzeczy prowadzi do sytuacji, w której codzienne praktyki komunikacyjne zachodzą w ramach różnych mediów, które stają się coraz bardziej dostępne oraz przystępne cenowo. Skutkiem tego są przesunięcia funkcjonalności pomiędzy różnymi mediami oraz ewolucja funkcji w obrębie jednego medium. Drugą cechą głębokiej mediatyzacji jest jej wieloaspektowy charakter. Oznacza to, że mediatyzacja przybiera różnorodne formy, które podlegają licznym zakłóceniom oraz sprzecznym tendencjom. Wszystko to zależy w dużej mierze od specyficznego kontekstu, w którym mediatyzacja się rozwija. W związku z tym nie można przyjąć jednej, uniwersalnej formy tej transformacji. Konieczne jest przeprowadzenie analizy, która uwzględnia specyfikę mediatyzacji w odniesieniu do konkretnego kontekstu kulturowego, społecznego czy technologicznego. Trzecią istotną cechą głębokiej mediatyzacji jest refleksyjność²⁶⁰. Oznacza ona, że zarówno media, jak i technologie komunikacyjne są opracowywane w ramach pewnego planowania wstępnego, co wymaga refleksji i analizy²⁶¹. Refleksyjność ta nie ogranicza się jedynie do projektowania technologii, ale jest także istotnym elementem codziennego korzystania z mediów. Użytkownicy mediów są bowiem świadomi specyfiki poszczególnych narzędzi komunikacyjnych i dokonują świadomych wyborów w zakresie cross-mediowego korzystania z nich. Co więcej, współczesny rozwój technologii medialnych charakteryzuje się tzw. „refleksyjnymi pętlami zwrotnymi”, które zachodzą pomiędzy producentami technologii, ich użytkownikami oraz różnymi pośrednikami, co dodatkowo wzmacnia dynamikę zmian w obrębie mediów.

Podsumowując, głęboka mediatyzacja wskazuje na wszechobecność i złożoność mediów w życiu współczesnym, podkreślając, że wpływają one na praktycznie wszystkie aspekty działalności ludzkiej, wymagając od nas ciągłej refleksji nad ich rolą w kształtowaniu naszego społecznego i kulturowego krajobrazu. Koncepcja głębokiej mediatyzacji nie stanowi zamkniętej teorii, lecz szerokie podejście teoretyczne, które odzwierciedla złożoność pola badawczego mediatyzacji, wymagające różnorodności tradycji badawczych ze względu na skomplikowany charakter współczesnych systemów medialnych.

²⁶⁰ Mechanizm refleksji – proces, dzięki któremu program komputerowy może być modyfikowany w trakcie działania w sposób zależny od własnego kodu oraz od zachowania w trakcie wykonania. M. Wierzbicki, *JAVA – obiekty refleksyjne*,

http://www.programowanieobiektowe.pl/java_obiekty_refleksyjne.php dostęp 10.11.2019.

²⁶¹ A. Hepp, *Transforming Communications...*, dz. cyt., s. 13-16.

2.3.2. Stig Hjarvard

Przez S. Hjarvarda pojęcie mediatyzacji jest używane jako „centralna koncepcja w teorii zarówno wzmożonego, jak i zmieniającego się znaczenia mediów w kulturze i społeczeństwie. Koncepcja ta jest czymś więcej niż etykietą zbioru zjawisk, które świadczą o wzmożonym wpływie mediów i powinna również odnosić się do innych, centralnych teorii socjologicznych”²⁶². Teoria mediatyzacji nie tylko musi być dobrze określona, wszechstronna i spójna, ale musi również wykazać swoją przydatność jako narzędzie analityczne i użyteczność doświadczalną poprzez faktyczne badania mediatyzacji w wybranych obszarach. Tak więc teoria mediatyzacji musi być w stanie opisać ogólne tendencje rozwojowe w społeczeństwie w różnych kontekstach i za pomocą konkretnych analiz, jak i ukazać wpływ mediów na różne instytucje i sfery ludzkiej działalności²⁶³. Inna definicja używana przez tego uczonego mówi, że mediatyzacja to „dwustronny proces późnej nowoczesności, w którym media z jednej strony wyłaniają się jako niezależna instytucja ze swoją własną logiką, do której pozostałe instytucje społeczne muszą się dostosowywać. Z drugiej strony media równocześnie stają się integralną częścią takich instytucji jak polityka, praca, rodzina, religia”²⁶⁴.

2.3.3. Jesper Stromback

Dla Jespera Strombacka mediatyzacja odnosi się do procesu zmian społecznych, w którym media stają się coraz bardziej wpływowe i głęboko zintegrowane z różnymi sferami społeczeństwa²⁶⁵. Stromback dowiódł, że mediatyzacja jest wielowymiarową i z natury zorientowaną na proces koncepcją i że możliwe jest rozróżnienie między czterema fazami mediatyzacji²⁶⁶.

Pierwsza faza mediatyzacji dotyczy momentu, w którym media masowe zaczynają dominować jako główne źródło informacji i kanał komunikacji między różnymi aktorami społecznymi. Osiąga się ją zawsze, gdy środki masowego przekazu w danym otoczeniu stanowią najważniejsze źródło informacji i kanał komunikacji społecznej. Innymi słowy, pierwsza faza mediatyzacji odpowiada koncepcji transmitowanej (mediowa-

²⁶² S. Hjarvard, *The Mediatization of Society...*, dz.cyt., s.105.

²⁶³ S. Hjarvard, *The Mediatization of Society...*, dz.cyt., s.113.

²⁶⁴ S. Hjarvard, *The Mediatization of Society...*, dz.cyt., s.105.

²⁶⁵ F. Esser, J. Stromback, *Introduction. Making sense of the mediatization of politics*, „Journalism Studies”, nr 15:3, 2014, s. 143-255.

²⁶⁶ J. Stromback, *Four phases...*, dz. cyt., s. 228-246.

nej) rzeczywistości²⁶⁷. Kiedy społeczeństwo osiągnie pierwszy etap mediatyzacji, ukazane w mediach realia rzeczywistości mają prawdopodobnie wpływ na jej postrzeganie, a te spostrzeżenia mają prawdopodobnie znaczenie, gdy ludzie formułują swoje opinie. Jako taka jest warunkiem koniecznym dla kolejnych poziomów mediatyzacji. Jest to także warunek wstępny władzy mediów nad ich publicznością pod względem wpływu na jej postrzeganie, postawy i opinie.

Druga faza mediatyzacji charakteryzuje się wzrostem niezależności mediów od organów rządowych czy innych podmiotów politycznych. W związku z tym media zaczęły być zarządzane zgodnie z logiką medialną, a nie zgodnie z jakąkolwiek logiką instytucjonalną. W ten sposób logika medialna staje się ważniejsza dla tych, którzy próbują wpłynąć na media i ich treść. Powoduje to, że media nie pośredniczą bezwarunkowo w wiadomościach preferowanych przez różne źródła. Dokonują własnych osądów dotyczących tego, co jest uważane za odpowiednie przesłanie z perspektywy ich własnego medium, jego formatu, norm i wartości oraz odbiorców. Inaczej mówiąc, autonomia mediów wzrosła w drugiej fazie w porównaniu z pierwszą fazą mediatyzacji. Druga faza mediatyzacji oznacza, że media stały się częściowo niezależne, że w dużej mierze kontrolują swoje własne treści i że posiadają zasoby, które można wykorzystać w tym, co Cook nazwał „negocjowaniem przydatności medialnej informacji (*negotiation of newsworthiness*)²⁶⁸ z tymi, którzy próbują wpływać na informacje”. Aktorzy niemiedialni oraz instytucje mogą nadal mieć pozycję dominującą, ale nie mogą kontrolować mediów ani wykorzystywać ich bezwarunkowo do wspierania własnych interesów.

Trzecia faza mediatyzacji charakteryzuje się dominującą rolą mediów w społeczeństwie, gdzie niezależność i znaczenie mediów osiągają poziom, przy którym wszyscy aktorzy społeczni muszą dostosować się do logiki mediów. Media w tej fazie kierują się własną logiką, co oznacza, że wszelkie instytucje i jednostki społeczne muszą akceptować warunki narzucane przez nie. Formaty, treści i rytm mediów stają się wszechobecne, co prowadzi do sytuacji, w której realia przez nie pośredniczone stają się bardziej istotne niż rzeczywistość faktyczna. W tej fazie wszystkie instytucje społeczne są postrzegane jako instytucje medialne, co wpływa na praktyki dziennikarskie oraz na to,

²⁶⁷ Gdyby ludzie nie czerpali informacji z mediów, opierając się raczej na własnych doświadczeniach i komunikacji interpersonalnej, wpływ mediów na poziomie jednostek społecznych byłby marginalny. Zob. J. Stromback, *Four phases...*, dz. cyt., s. 236.

²⁶⁸ T. Cook, *Governing with the news: The news media as a political institution*, University of Chicago Press, Chicago, 2005, s. 81 – 87.

jak tematy są przedstawiane i postrzegane przez społeczeństwo. Adaptacja do logiki mediów jest koniecznością, nie tylko jako strategiczne narzędzie, ale jako nowa norma społeczna. To prowadzi do sytuacji, w której sposób prezentacji informacji przez media kształtuje rzeczywistość społeczną, czyniąc konflikty i personalizację kluczowymi elementami narracji medialnej. Jednakże, mimo wszechobecności mediów i ich logiki, może występować opór wobec pełnej adaptacji, sugerujący, że aktorzy społeczni starają się zachować pewien poziom autonomii, równoważąc między logiką mediów a własnymi celami i wartościami. Napięcie między logiką mediów a innymi logikami społecznymi podkreśla realne wyzwania w utrzymaniu integralności i autentyczności w świecie zdominowanym przez media²⁶⁹.

W czwartej fazie mediatyzacji, aktorzy polityczni i społeczni nie tylko dostosowują się do logiki mediów i dominujących wartości informacyjnych, ale także wewnątrznie przyswajają te zasady, pozwalając logice mediów i standardom nowości stać się integralną częścią procesów rządzenia. Osiągnięcie tej fazy oznacza, że media i ich logika mogą być postrzegane jako kolonizujące politykę, gdzie rozróżnienie między logiką polityczną a medialną zaciera się lub nawet przestaje być dostrzegane przez aktorów. W fazie tej media pozostają dominującym źródłem informacji, ale intensywność doświadczeń medialnych jest silniejsza niż w poprzednich fazach, a polityka i społeczeństwo są nasycone mediami do takiego stopnia, że uniknięcie ich komunikatu jest niemal niemożliwe. Rzeczywistości pośredniczone w istotny sposób zastępują wiarę w obiektywne realia, a ich znaczenie rośnie wraz z zacieraniem się granic między rzeczywistością medialnie wytworzoną a rzeczywistością faktyczną²⁷⁰.

2.3.4. Winfried Schulz

Jedną z pierwszych prób, aby dopracować rozumienie procesów mediatyzacji poprzez specyficzną dynamikę, był artykuł Schulza o mediatyzacji jako koncepcji analitycznej. Mediatyzacja związana jest ze zmianami społecznymi towarzyszącymi komunikacji medialnej oraz rozwojem mediów. Zdaniem Schulza mediatyzacja to procesy zmiany społecznej, w których media odgrywają kluczową rolę i może być zdefiniowana jako rozszerzenie, substytucja, amalgamacja i adaptacja²⁷¹.

²⁶⁹ J. Stromback, *Four phases...*, dz. cyt., s. 238-239.

²⁷⁰ Tamże, s.239-241.

²⁷¹ W. Schulz, *Reconstructing Mediatization...*, dz. cyt., s.88.

Pierwszy wymiar to przedłużenie ludzkich możliwości komunikacyjnych. Technologie medialne rozszerzają naturalne granice zdolności komunikacyjnych człowieka. Z samej natury bowiem komunikacja społeczna jest ograniczona zdolnościami ludzkimi. Media masowe zwiększają możliwości komunikacyjne, służą do łączenia przestrzennych i czasowych odległości. Rozszerzając naturalne zdolności komunikacyjne istot ludzkich, media wyrażają techniki kulturowe w sensie antropologicznym lub według słów McLuhana: media są „przedłużeniami człowieka”²⁷².

Substytucja polega na częściowym lub całkowitym zastępowaniu działalności społecznych i instytucji społecznych przez media, zmieniając ich charakter. Przykłady takie jak gry wideo zastępujące ludzkie interakcje czy bankowość internetowa zamiast wizyt w banku ilustrują, jak media przejmują formy działalności niemiedialnych i zastępują tradycyjne formy komunikacji.

Amalgamacja oznacza mieszanie się aktywności medialnych z aktywnościami niemiedialnymi, gdzie użytkowanie mediów wplata się w codzienność życia, przenikając sferę zawodową, ekonomię, kulturę, politykę i sferę publiczną. Użytkowanie mediów staje się integralną częścią życia prywatnego i społecznego, a media definiujące rzeczywistość zlewają się z społecznymi definicjami rzeczywistości.

Adaptacja wskazuje na zmiany społeczne indukowane samym istnieniem mediów komunikacyjnych. Media wpływają na gospodarkę poprzez tworzenie miejsc pracy i generowanie dochodów, działając jako katalizatory działalności biznesowej. Różne aktywności ekonomiczne, jak również aktywności polityczne, sportowe i rozrywkowe, muszą dostosować się do logiki działania mediów. Politycy i partie polityczne, uwzględniając „logikę mediów”, adaptują się do reguł systemu medialnego, starając się zwiększyć swoją rozpoznawalność, jednocześnie akceptując utratę autonomii. Z drugiej strony, media również korzystają z takich transakcji, czyniąc politykę bardziej atrakcyjną i łatwiejszą do przedstawienia. Jak twierdzi D. Altheide, porządek społeczny jest w coraz większym stopniu mediatyzowany. Oznacza to, że działanie społeczne kształtowane jest i informowane za pomocą technologii medialnych i logiki, które ukierunkowują zachowania i percepcje. Warto także zauważyć, że te komponenty wzajemnie się uzupełniają i stanowią składowe szerszego procesu zmiany społecznej. Dla Stiga

²⁷² M. McLuhan, *Understanding Media...*, dz. cyt., s. 7-24.

Hjarvarda i Oliviera Driessensa te cztery dynamiki zapewniają pierwsze i ogólne zrozumienie procesów mediatyzacji²⁷³.

2.3.5. Friedrich Krotz

Według Krotza globalizacja, indywidualizacja, mediatyzacja i komercjalizacja, mogą być postrzegane jako istotne meta-procesy, które wpływają na społeczeństwo, demokrację, kulturę, politykę i całe otoczenie społeczne w dłuższej perspektywie czasowej. Między czterema meta-procesami istnieją złożone relacje, ponadto każdy z nich ma swoją własną logikę rozwoju. Oczywiście, meta-procesy te są kluczowe na wszystkich płaszczyznach społecznych, gdyż są ważne dla jednostek, ich działań na poziomie mikro, dla działalności instytucji i organizacji na poziomie mezo oraz dla natury kultury i społeczeństwa na poziomie makro²⁷⁴.

Globalizacja jako proces na początku była analizowana z perspektywy zachodniej i rozumiana jako rodzaj kompresji czasowo-przestrzennej, która miała swoje źródło w europejskich społecznych instytucjach nowoczesności²⁷⁵. Flejterski i Wahl w swojej książce proponują następującą definicję: „globalizacja jest wykrystalizowaną pod koniec XX wieku i ciągle będącą w fazie transformacji jakościowo nową strukturą społeczno-ekonomiczną dominującą we współczesnym świecie, a wynikającą z kompleksu podobnych procesów zachodzących jednocześnie w skali całego globu ziemskiego”²⁷⁶. Najprostszą definicję proponuje Międzynarodowy Fundusz Walutowy, który jako globalizację rozumie „rosnącą integrację gospodarek krajowych, szczególnie wskutek zwiększającego się handlu międzynarodowego i przepływów finansowych”²⁷⁷, czyli swobodny przepływ towarów, usług, pracy, kapitału i wiedzy pomiędzy krajami.

Komercjalizacja oznacza, że gospodarka staje się ważniejsza nie tylko ze względu na sposób funkcjonowania kultury i społeczeństwa, ale także ze względu na strategię organizacji i instytucji oraz jako powody i cele działań ludzi²⁷⁸. W świecie kapitali-

²⁷³ O. Driessens, S. Hjarvard, *Introduction: Situating Dynamics of Mediatization*, [w:] *Dynamics of Mediatization*, O. Driessens, G. Bolin, A. Hepp, S. Hjarvard, (red.), Palgrave Macmillan, Londyn, 2017, s.2

²⁷⁴ F. Krotz, *The Meta-process of 'Mediatization' as a conceptual frame*, „Global Media and Communication”, nr 3, 2007, s. 257

²⁷⁵ A. Giddens, *The Consequences of Modernity*, Polity Press, Cambridge, 1990, s. 63.

²⁷⁶ S. Flejterski, P. Wahl, *Ekonomia globalna. Synteza*, Wydawnictwo Difin, Warszawa, 2003.

²⁷⁷ *Globalization: Threat or Opportunity?*,

<https://www.imf.org/external/np/exr/ib/2000/041200to.htm#II>, 27.12.2019.

²⁷⁸ F. Krotz, *The Meta-process...*, dz. cyt., s. 258.

stycznym wszystkie takie meta-procesy zależą od wymiaru ekonomicznego. Tak więc komercjalizacja jest podstawowym procesem dostarczającym bodźca dla wszystkich działań.

Indywidualizacja to proces kształtowania się cech indywidualnych jednostki lub zbiorowości, koncepcja o rosnącym znaczeniu jednostki, poszerzającej krąg swoich autonomicznych decyzji i działań²⁷⁹.

Mediatyzacja według Krotza to „długoterminowy meta-proces zmieniających się form działania komunikacyjnego”²⁸⁰, jest więc „koncepcją analizy przemian medialnych, wraz z odpowiednimi przemianami społecznymi życia codziennego, kultury i społeczeństwa”²⁸¹ czy też „rozwojem historycznym, który nastąpił i następuje w wyniku zmian w mediach (komunikacji) oraz konsekwencjami tych zmian”²⁸². Krotz optuje za tym, żeby w obrębie mediatyzacji badać następujące typy komunikacji: zmediatyzowane komunikowanie indywidualne, komunikację człowieka z mediami oraz komunikację interaktywną. Powyższa definicja służy badaczom opisującym i wyjaśniającym naturę tego meta-procesu w obszarze nauk społecznych. Przyjmują oni, że człowiek jako istota społeczna²⁸³ naturalnie korzysta ze wszystkich dostępnych w otaczającym go środowisku form komunikacji. Komunikacja jest tutaj traktowana jako podstawowe źródło wiedzy o rzeczywistości²⁸⁴.

2.3.6. Podsumowanie

Pojęcie „mediatyzacja” według definicji zawartej w *Słowniku terminologii medialnej* oznacza „proces pośrednictwa mediów w poznawaniu świata; wpływanie przez media na postrzeganie przez człowieka rzeczywistości niedostępnej bezpośrednio doświadczeniu wraz z konsekwencjami takiego pośrednictwa; kształtowanie obrazu całej

²⁷⁹ Z. Bokszański, *Indywidualizm w późnej nowoczesności*, „Civitas Hominibus: rocznik filozoficzno-społeczny”, nr 3, 2008, s. 53.

²⁸⁰ A. Hepp, F. Krotz, *A Concretization of Mediatization: How Mediatization Works and why 'Mediatized Worlds' are a Helpful Concept for Empirical Mediatization Research*, „European Journal for the Philosophy of Communication”, nr 3(2), 2013, s. 121.

²⁸¹ F. Krotz, *Explaining the mediatization...*, dz. cyt., s. 89.

²⁸² S. Livingstone, *On The Mediation of Everything: ICA Presidential Address 2008*, „Journal of Communication”, nr 59 (1), 2009, s. 5.

²⁸³ Arystoteles definiował człowieka jako *zoon politikon* „zwierze społeczne”, istotę polityczną. W języku polskim upowszechniło się zaś jako źródło tłumaczenia łacińskiego określenie *animal sociale* – istota społeczna. Por. R. Klamut, *Aktywność obywatelska jako rodzaj aktywności społecznej – perspektywa psychologiczna*, „Studia Socjologiczne” nr 208(1), 2013, s. 188.

²⁸⁴ T. Sasińska-Klas, *Mediatyzacja a medializacja sfery publicznej*, „Zeszyty prasoznawcze”, t. 57, nr 2(218), 2011, s. 163.

rzeczywistości społecznej, a nawet kompleksowych doświadczeń społecznych pod wpływem konstrukcji medialnych”²⁸⁵. Oznacza to, że ludzie opierają swoją wiedzę i postrzeganie rzeczywistości na tym, co przekazują media, co może prowadzić do skrzywionego lub uproszczonego obrazu rzeczywistości. Mediatyzacja jest według tej definicji zjawiskiem kompleksowym, mającym głębokie i wielowymiarowe skutki dla społeczeństwa i jednostek. Jego wpływ jest obecny w wielu aspektach życia codziennego, kształtując sposób, w jaki ludzie postrzegają rzeczywistość, komunikują się i uczestniczą w życiu społecznym.

Zasadniczo pojęcie mediatyzacji próbuje uchwycić długoterminowe procesy relacji między zmianą mediów z jednej strony a zmianami społecznymi i kulturowymi z drugiej. Jako zinstytucjonalizowane i technologiczne środki komunikacji, media stały się integralną częścią bardzo różnych kontekstów ludzkiego życia²⁸⁶. Koncepcja ta już wykazała się niezwykłą uniwersalnością, pełną dyskusji dotyczących między innymi mediatyzacji polityki, wojny, religii, medycyny, nauki, muzyki, tożsamości, zdrowia, dzieciństwa, teatru, turystyki, pamięci, zmian klimatu, kształtowania polityki, konsumpcji, szaleństwa, śmierci, związków intymnych i edukacji²⁸⁷.

Zatem mediatyzacja odnosi się do procesu zmiany społecznej, w którym media mają coraz większy wpływ i stają się głęboko zintegrowane z różnymi sferami społecznymi. W związku z tym powinna zostać odróżniona od powiązanej koncepcji *mediacji*, która odnosi się do bardziej neutralnego aktu przekazywania wiadomości i komunikowania się za pośrednictwem mediów. Warto jednak podkreślić, że procesy, które te pojęcia obejmują, są ze sobą wzajemnie powiązane. Jak zauważył Stig Hjarvard „skumulowana w czasie zmiana praktyk mediacyjnych może sama w sobie przyczynić się do mediatyzacji danej dziedziny instytucjonalnej”²⁸⁸, dla przykładu komunikacja artystów, sportowców czy też aktorów z fanami za pośrednictwem mediów społecznościowych może prowadzić do stopniowej mediatyzacji ich praktyk społecznych.

Niepodważalnym faktem jest to, że więcej wiadomości i doświadczeń niż kiedykolwiek jest transmitowanych i doświadczanych za pośrednictwem mediów (jest me-

²⁸⁵ W. Pisarek (red.), *Słownik terminologii...*, dz. cyt., s. 118.

²⁸⁶ A. Hepp, S. Hjarvard, K. Lundby, *Mediatization – Empirical...*, dz. cyt., s.233-228.

²⁸⁷ D. Deacon, J. Stanyer, *Mediatization: Key ...*, dz. cyt., s. 1-2.

²⁸⁸ S. Hjarvard, *The Logics of the Media and the Mediatized Conditions of Social Interaction*, [w:] *Media Logic(s) Revisited: Modelling the Interplay Between Media Institutions, Media Technology and Societal Change*, C. Thimm (red.), Palgrave Macmillan, Cham, 2017, s. 66.

diowanych). Stanowi to kluczową część mediatyzacji, która jest jednak szerszym i bardziej dynamicznym procesem i koncepcją²⁸⁹. Przede wszystkim termin mediatyzacja nie odnosi się do jednej teorii, lecz do bardziej ogólnego podejścia do badań nad mediami i komunikacją. W tym sensie mediatyzacja jest pojęciem używanym do analizy zależności między zmianą mediów i komunikacji z jednej strony, a zmianą kultury i społeczeństwa z drugiej strony w krytyczny sposób.

W takim ogólnym ujęciu termin mediatyzacja zawiera w sobie zarówno aspekty ilościowe, jak i jakościowe.

W aspekcie ilościowym mediatyzacja odnosi się do wzrastającego czasowego, przestrzennego i społecznego rozprzestrzeniania się komunikacji medialnej. Na poziomie czasowym coraz większa liczba technologicznie przekazywanych informacji staje się bardziej dostępna, na poziomie przestrzennym można powiedzieć, że komunikacja medialna jest bardziej dostępna w różnych miejscach oraz że coraz więcej kontekstów społecznych jest kształtowanych przez komunikację medialną. Oznacza to, że z biegiem czasu coraz częściej jesteśmy przyzwyczajeni do komunikacji za pośrednictwem mediów w różnych kontekstach.

Mediatyzacja odnosi się również do wymiarów jakościowych, to znaczy do różnic społecznych i kulturowych, które media powoduje na wyższych poziomach złożoności organizacyjnej²⁹⁰.

Wraz z konsekwencjami dla większości części współczesnego społeczeństwa, mediatyzacja została również skonceptualizowana na równi z innymi wielkoskalowymi procesami transformacyjnymi, takimi jak globalizacja, indywidualizacja i komercjalizacja²⁹¹. Niektórzy badacze rozumieją proces mediatyzacji jako proces długofalowy, który w mniejszym lub większym stopniu towarzyszy całej historii ludzkości. Patrząc z takiej perspektywy, historia ludzkości może być postrzegana również jako proces intensyfikującej się mediatyzacji. Inni badacze używają natomiast terminu „mediatyzacja”, aby

²⁸⁹ Obydwa pojęcia można spróbować połączyć w następujący sposób: Mediatyzacja pokazuje, w jaki sposób proces mediacji zmienia się wraz z pojawieniem się różnych rodzajów mediów. Por. N. Couldry, A. Hepp, *Conceptualizing mediatization...*, dz. cyt., s. 191–202; S. Hjarvard, *Mediatization of Culture...*, dz. cyt., s. 153.

²⁹⁰ A. Hepp, *Mediatization as a panorama...*, dz. cyt. s. 50.

²⁹¹ J. Stromback, F. Esser, *Introduction. Making Sense of the mediatization of politics*, „Journalism Studies”, nr 15:3, 2013, s. 243 – 255.

opisać coraz większe znaczenie społeczne i kulturowe mediów od czasu pojawienia się środków masowego przekazu²⁹².

2.4. Mediatyzacja konfliktu jako punkt wyjścia do mediatyzacji rewolucji

Konflikt najczęściej definiuje się jako występowanie sprzecznych lub konkurencyjnych interesów²⁹³. J.A.F. Stoner i Ch. Wankel zaproponowali szerszą definicję i widzą konflikt jako „spór dwóch osób lub więcej członków albo grup, wynikający z konieczności dzielenia się ograniczonymi zasobami albo pracami lub zajmowania odmiennej pozycji, różnych celów, wartości lub postrzeżeń. Członkowie czy działy organizacji w trakcie sporu dążą do tego, by ich sprawa lub punkt widzenia przeważały nad sprawą lub punktem widzenia innych”²⁹⁴.

Dla A. Ziemkiewicz konflikt „może być procesem, gdzie jednostka lub grupa dąży do osiągnięcia korzyści i własnych celów przez wyeliminowanie, podporządkowanie sobie czy zniszczenie drugiej strony dążącej do tych samych bądź podobnych celów”²⁹⁵.

Klasyczna praca Waltera Lippmanna, „Public Opinion”, krystalizująca myślenie o dynamicznych relacjach między mediami a opinią publiczną, rozpoczyna się intrygującą opowieścią. Autor przedstawia historię rozgrywającą się odległej wyspie, na której brytyjscy, francuscy i niemieccy emigranci mieszkają razem w harmonijnej społeczności. Ze względu na brak kabli telegraficznych łączących ich ze światem zewnętrznym, wyspiarze polegają na parowcu pocztowym, który co 60 dni odwiedza ich i dostarcza najnowszą gazetę. We wrześniu 1914 roku wszyscy z zacięciem wypatrywali parowca, między innymi dlatego, że w gazecie miała się znaleźć relacja z procesu sądowego, którego werdykt budził wielkie zainteresowanie mieszkańców. W związku z tym cała kolonia zebrała się na nabrzeżu w połowie września, aby usłyszeć od kapitana, jakie było rozstrzygnięcie. Zamiast tego dowiedzieli się, że Wielka Brytania i Francja, prowadzą wojnę z Niemcami. Przez sześć tygodni zachowywali się tak, jakby byli przyjaciółmi, kiedy formalnie byli wrogami²⁹⁶. To jeden z pierwszych przykładów roli me-

²⁹² N. Couldry, A. Hepp, *Conceptualizing mediatization...*, dz. cyt., s. 197.

²⁹³ J. Koziński, *Konflikty, teoria gier i psychologia*, PWN, Warszawa, 1970, s. 11.

²⁹⁴ J.A.F. Stoner, Ch. Wankel, *Kierowanie*, PWE, Warszawa, 1996, s. 329.

²⁹⁵ A. Ziemkiewicz, *Konflikty w organizacji i ich rozwiązywanie*, [w:] *Wyzwania gospodarcze, społeczne i polityczne w globalnej gospodarce*, M. Wiśniewska, K. Kalińska (red.), PUZ Włocławek, 2016, s. 11.

²⁹⁶ W. Lippmann, „Public Opinion”, Macmillan, Nowy Jork (1922), s. 3.

diatyzacji konfliktu, który po rozpowszechnieniu wiadomości przez media staje się ważniejszy od rzeczywistości „świata lokalnego”. Pokazuje, jak media są często uwikłane w konflikty, rozpowszechniając jednocześnie idee i obrazy o nich.

Medioznawstwo od dawna bada wpływ mediów na reprezentację i postrzeganie konfliktów. Jest to szczególnie widoczne w przypadku konfliktów militarnych i politycznych, gdzie obecność propagandy i stronniczość mediów jest jednym z głównych obszarów badań. Coraz częściej pojawia się jednak świadomość, że przedstawianie konfliktów przez media jest tylko jednym z kilku ważnych sposobów, w jaki media wpływają na konflikty we współczesnym społeczeństwie²⁹⁷. Media są zdolne do wcielania w życie i przeprowadzania konfliktów, a także do ich relacjonowania i reprezentowania; to znaczy, że aktywnie „coś robią”, poza rozpowszechnianiem idei, obrazów czy informacji. Związek mediów z konfliktem nie powinien być rozumiany w kategoriach refleksji czy nawet reprezentacji, biorąc pod uwagę ich bardziej aktywne, performatywne zaangażowanie i konstytutywną w nich rolę. W związku z tym mediatyzacja konfliktu dąży do zbadania tego medialnego performansu i roli mediów, równocześnie odnosząc się do różnych możliwych ról, reprezentacji i aren dla publicznego pokazywania i rozważania konfliktów²⁹⁸. Media pokazują, iż posiadają zdolność do wnikania w życie użytkownika, do realnego wywierania wpływu a co więcej do przeprowadzania konfliktów. Dzięki temu mogą aktywnie kształtować sam konflikt jak i proces jego przebiegania.

2.5. Mediatyzacja rewolucji

Rewolucje to szczególny przypadek konfliktu. Dla potrzeb tej pracy przyjęto definicję hybrydową, będącą połączeniem określeń sformułowanych przez Goldstone'a²⁹⁹ i

²⁹⁷ M.F. Eskjaer, S. Hjarvard, M. Mortensen, „Three Dynamics of Mediatized Conflicts”, red. M.F. Eskjaer, S. Hjarvard, M. Mortensen” *The Dynamics of Mediatized Conflicts*, Peter Lang, Nowy Jork (2015), s.1.

²⁹⁸ S. Cottle, *Mediatized conflicts*, s. 9.

²⁹⁹ Wg Goldstone'a „rewolucja” to: „wysiłek zmierzający do przekształcenia instytucji politycznych i uzasadnień dla władzy politycznej w społeczeństwie, któremu towarzyszy formalna lub informacyjna masowa mobilizacja i nieinstytucjonalne działania podważające istniejącą władzę”, por. J.A. Goldstone, „Toward a Fourth Generation of Revolutionary Theory”, *Annual Review of Political Science*, *Annual Reviews*, Palo Alto (2001) vol. 4, s. 142.

Kurana³⁰⁰, gdzie rewolucja to: „zasadnicza zmiana porządku społecznego, spowodowana w krótkim okresie czasu przez masową zmianę w wyrażanych przez ludzi poglądach, której towarzyszy formalna lub informacyjna masowa mobilizacja i nieinstytucjonalne działania podważające istniejącą równowagę społeczną”. Obejmuje ona również rozruchy, protesty oraz inne formy społecznego nieposłuszeństwa, które prowadzą do destabilizacji i transformacji systemu politycznego, gospodarczego lub kulturowego. Rozruchy i protesty, jako integralne elementy procesu rewolucyjnego, odzwierciedlają masowe niezadowolenie społeczne i dążenie do zmiany, stanowiąc często bezpośrednią reakcję na istniejące niesprawiedliwości i nierówności. W kontekście niniejszej rozprawy, rewolucja jest rozumiana również jako proces obejmujący szeroki zakres działań społecznych, które przyczyniają się do długofalowej transformacji strukturalnej społeczeństwa. Można zatem przyjąć, że „mediatyzacja rewolucji” to proces, w którym „zasadnicza zmiana porządku społecznego dokonuje się w krótkim czasie na skutek masowej transformacji poglądów wyrażanych przez społeczeństwo, a sam przebieg tej zmiany jest inicjowany, kształtowany lub współtworzony przez media”.

Główną tezę koncepcji zmediatyzowanej rewolucji jest to, że media stały się nierozwalną częścią procesów społecznych, poprzez które rewolucje są określane, diagnozowane, a coraz częściej wygrywane przez jej uczestników. Istotnym jest też fakt, że media są wykorzystywane do realizacji konkretnych interesów podczas tychże rewolucji. Są one nie tylko rozpowszechniane i rozgrywają się w wypełnionych medialnie środowiskach społecznych, ale także są przez media głęboko warunkowane, zarówno w zakresie organizacji wewnętrznej, jak i ekspansji zewnętrznej.

Wraz z pojawieniem się mediów cyfrowych intensyfikacji i zmianie uległy wzajemne powiązania pomiędzy mediami a rewolucjami w obecnym globalnym środowisku medialnym. Nowe media nie ograniczają się już tylko do strefy dziennikarstwa i komunikacji politycznej, a dzięki swojej różnorodności dają możliwość podmiotom społecznym na nieograniczone komunikowanie się, tworzenie relacji i podejmowanie działań poprzez szeroki dostęp do sieci internetowej. Obecnie media i komunikacja są niezbędne na praktycznie wszystkich operacyjnych, strategicznych i politycznych poziomach rewolucji, ponieważ nie tylko umożliwiają koordynację działań, ale również kształtują

³⁰⁰ Wg Kurana „rewolucja” to: „zasadnicza zmiana w porządku społecznym, spowodowana w krótkim okresie czasu poprzez masową zmianę w wyrażanych przez ludzi poglądach politycznych”, por. T. Kuran *Sparks and...*, dz. cyt., s. 53.

narracje i mobilizują masy, co z kolei pozwala na szybkie rozprzestrzenianie się idei oraz budowanie poparcia. Zdywersyfikowane podmioty posiadają zdolność do produkowania i rozpowszechniania materiałów, a treści medialne krążą na różnych platformach, co najważniejsze, między portalami społecznościowymi a głównym nurtem mediów informacyjnych, tworząc dynamiczny ekosystem informacyjny, który wpływa na tempo i skuteczność rewolucyjnych przemian. W trakcie trwania rewolucji stwarza to nowe możliwości oraz zagrożenia dla jednostek i organizacji chcących administrować przepływem komunikacji i kontrolować sieci społecznościowe na własną korzyść. Głęboka i skomplikowana infiltracja rewolucji przez media stanowi raczej regułę niż wyjątek w sposobie walki i komunikowania współczesnych przewrotów³⁰¹.

Koncepcja konfliktu zmediatyzowanego zakłada wpływ mediów i technologii informacyjnych na rozłożenie sił pomiędzy stronami. Zgodnie z tą tezą oraz sugestią J. Meyrovitza; M.F. Eskjaer, S. Hjarvard i M. Mortensen wyróżnili trzy dynamiki³⁰², które media mogą wносить do konfliktów, a w tym przypadku do rewolucji:

- nagłośnienie (*amplification*) jako „przewody”. Media poprzez dostarczanie informacji mogą „nagłaśniać lub wyciszać” działania rewolucyjne. Może to prowadzić do zmiany szybkości, zasięgu czy też zaangażowania rewolucyjnego,
- przebieg i eskalacja (*framing and performative agency*), jako „języki”. Media „pozycjonują” rewolucję poprzez odpowiedni dobór „gramatyki” danych mediów. Różne rodzaje mediów mają inne zdolności manipulacji i inny wpływ na jej percepcję, zrozumienie, reakcję emocjonalną i reakcję behawioralną,
- współtworzenie (*co-structuring*), jako „środowisko”. Media „współtworzą” rewolucję - każde medium ma wyróżniające je cechy, które sprawiają, że różni się od innych mediów fizycznie, psychologicznie i społecznie. Cechy te wpływają na zastosowanie, treści i grupę docelową danego medium.

Dynamiki te nie wykluczają się wzajemnie i mogą występować łącznie lub następować po sobie w różnej sekwencji.

2.6. Podsumowanie

³⁰¹ M.F. Eskjaer, S. Hjarvard, M. Mortensen, *Three Dynamics of Mediatized Conflicts*, [w:] *The Dynamics of Mediatized Conflicts*, M.F. Eskjaer, S. Hjarvard, M. Mortensen (red.), Peter Lang, Nowy Jork, 2015, s.1-10.

³⁰² M.F. Eskjaer, S. Hjarvard, M. Mortensen, *Three Dynamics ...*, dz. cyt., s.8-10.

Mediatyzacja rewolucji to proces, w którym media odgrywają kluczową rolę w inicjowaniu, kształtowaniu oraz współtworzeniu dynamiki i percepcji przemian społecznych, wpływając przede wszystkim na przebieg wydarzeń oraz masową transformację poglądów, co przyspiesza zmiany porządku społecznego. Współczesne rewolucje wykorzystują media jako narzędzie do mobilizacji, komunikacji i realizacji strategicznych celów, co oznacza, że media są nie tylko kanałem przekazu informacji, ale także aktywnym uczestnikiem w kształtowaniu i prowadzeniu zmian społecznych. Przez dostarczanie, kształtowanie i rozpowszechnianie treści, media pełnią rolę „przewodów”, „języków” i „środowisk”, które mogą zarówno wspierać, jak i podważać rewolucyjne działania. W tym kontekście, dynamika między mediami a rewolucjami jest złożona i dwukierunkowa: media mogą zarówno wzmocniać ruchy rewolucyjne, jak i być narzędziem w rękach tych, którzy dążą do zachowania status quo. W obecnym globalnym środowisku, gdzie dostęp do różnorodnych mediów cyfrowych jest szeroko rozpowszechniony, potencjał do szybkiego rozpowszechniania informacji i mobilizacji jest większy niż kiedykolwiek wcześniej. Media cyfrowe umożliwiają nowe formy organizacji społecznej i działania, które mogą znacząco wpłynąć na przebieg i skuteczność rewolucji. Jednakże, ta sama dostępność i różnorodność mediów niesie ze sobą również wyzwania, w tym ryzyko dezinformacji, manipulacji i nadmiernego nasycenia informacjami, co może wpływać na zdolność społeczeństw do skutecznego reagowania i angażowania się w zmiany społeczne. W związku z tym, zrozumienie roli mediów w rewolucjach wymaga uwzględnienia ich złożonej i wielowymiarowej natury, a także dynamicznej interakcji między technologią, treścią, użytkownikami i kontekstem społecznym, w którym działają. W dobie cyfryzacji i globalnej komunikacji, media nie tylko odzwierciedlają, ale także aktywnie kształtują bieg historii, wpływając na to, jak rewolucje są postrzegane, doświadczane i ostatecznie realizowane.

W omawianym rozdziale dokonano wszechstronnej analizy procesu mediatyzacji, podkreślając jego charakter jako meta-procesu, który zasadniczo transformuje struktury komunikacyjne i społeczne. Definiuje się mediatyzację jako długoterminowy proces, w ramach którego media stają się coraz bardziej integralną częścią różnorodnych sfer życia społecznego, kulturowego i politycznego, co z kolei wpływa na sposób, w jaki jednostki i społeczności interpretują rzeczywistość oraz uczestniczą w przestrzeni publicznej. W rozdziale szczegółowo zbadano wpływ mediatyzacji na różnorodne aspekty życia, wskazując na jej znaczącą rolę w kształtowaniu percepcji politycznych, społecznych i kulturowych. Przez analizę szerokiego spektrum dziedzin, takich jak polityka,

wojna, religia, nauka czy muzyka ukazano, jak media wpływają na formowanie się narracji i dyskursów, które z kolei kształtują indywidualne i zbiorowe postrzeganie rzeczywistości.

W dalszej części rozdziału wspomniano o rozróżnieniu między mediatyzacją a mediacją, co pozwala na głębsze zrozumienie specyfiki i konsekwencji procesów mediatyzacyjnych. Przedstawiono mediatyzację jako proces, który przekracza prostą mediację komunikatów, prowadząc do zasadniczych zmian w strukturach i praktykach społecznych, które są z kolei katalizatorem dalszej mediatyzacji.

Zgłębiono także dwukierunkową naturę zależności między mediami a społeczeństwem, argumentując, że zmiany w technologiach komunikacyjnych i mediach wpływają na zmiany społeczne i kulturowe, i vice versa. W tym kontekście, szczególną uwagę poświęcono roli mediów cyfrowych w rewolucjonizowaniu sposobów organizacji społecznej i mobilizacji, zarówno w kontekście pozytywnych zmian, jak i wyzwań związanych z dezinformacją i manipulacją.

Głównym celem rozprawy jest zrozumienie i opisanie roli oraz wpływu mediów na współczesne rewolucje przez zbadanie czy rewolucje ulegają mediatyzacji. Rozdział drugi przyczynił się do realizacji tego celu poprzez dokładne przedstawienie procesu mediatyzacji, w tym jego historii, obecnych tendencji oraz przyszłych kierunków rozwoju. Analiza ta uwzględniła wpływ nowych mediów na kształtowanie rzeczywistości społecznej, percepcję świata oraz interakcje międzyludzkie. W ten sposób rozdział ten dostarczył niezbędnego kontekstu teoretycznego i empirycznego, który jest kluczowy dla zrozumienia, jak media wpływają na rewolucje.

Rozdział drugi uzupełnił odpowiedź na pytanie badawcze: „Jakie są kluczowe cechy nowych mediów oraz jak wpływają one na dynamikę i kierunki zmian w procesach mediatyzacji?”. Zidentyfikowano kluczowe cechy nowych mediów, takie jak ich interaktywność, globalny zasięg oraz możliwość natychmiastowej wymiany informacji. Te cechy znacząco wpływają na dynamikę i kierunki zmian w procesach mediatyzacji, przekształcając tradycyjne formy komunikacji i umożliwiając nowe formy współpracy i dialogu społecznego na niespotykaną dotąd skalę. Dzięki temu nowe media odgrywają kluczową rolę w kształtowaniu współczesnych debat publicznych, procesów politycznych oraz tożsamości kulturowej

Podsumowując, rozdział ten dostarcza istotnych wniosków na temat roli mediatyzacji we współczesnym świecie, wskazując na konieczność dalszych badań nad tym zjawiskiem. Analiza ta jest kluczowa dla zrozumienia, w jaki sposób media kształtują na-

szą rzeczywistość, wpływając na struktury społeczne, kulturowe i polityczne, a tym samym na indywidualne i zbiorowe doświadczenia życiowe.

Rozdział 3

Rewolucje

Rozdział ten analizuje pojęcia rewolucji, rozpatrując jej wielowymiarowy charakter oraz skomplikowane konsekwencje społeczne. Na wstępie koncentruje się na definicji „rewolucji”, podkreślając dynamiczność tego zjawiska społecznego, charakteryzującego się radykalnymi, transformacyjnymi zmianami w strukturze społecznej, politycznej i ekonomicznej. Poprzez skupienie się na rewolucjach jako punktach zwrotnych w historii ludzkości, badana jest rola tych gwałtownych przemian w rozwoju społeczeństw, analizując przyczyny i etapy, przez które przechodzą rewolucje, z naciskiem na ich wpływ na konstrukcję nowoczesnych narodów i globalne układy polityczne.

Następnie, rozdział przedstawia podziały rewolucji, prezentując różnorodność typów i form, od wielkich rewolucji politycznych i społecznych po bardziej ukierunkowane zmiany kulturowe i technologiczne. Ta sekcja ilustruje, jak różne konteksty historyczne i społeczne kształtują specyficzne cechy i cele rewolucyjnych zmagania, podkreślając uniwersalne pragnienie zmiany i postępu.

Szczególne uwagę poświęcono analizie przyczyn i etapów rewolucji, przechodząc od teoretycznych modeli do konkretnych historycznych przykładów, demonstrując, jak narastające napięcia społeczne, ekonomiczne i polityczne mogą prowadzić do krytycznych momentów rewolucyjnych. Przedstawione teorie, od klasycznych po współczesne, obrazują wielowymiarowy charakter mechanizmów leżących u podstaw rewolucyjnych przemian, podkreślając zarówno zewnętrzne wyzwalacze, jak i wewnętrzne dynamiki społeczeństw.

W konkluzji podkreślono trwałe znaczenie i wpływ rewolucji na kształtowanie się społeczeństw i kultur. Poprzez dogłębne zrozumienie pojęcia „rewolucji” i jego skomplikowanego kontekstu, zapewnione są narzędzia do analizy i interpretacji rewolucyjnych zmian, które kształtują współczesny świat.

3.1. Pojęcie „rewolucji”

Rewolucje są jednymi z najbardziej zauważalnych i dynamicznych procesów transformacji społecznej. Akt rewolucyjny, w swojej istocie, można określić jako dramatyczne i fundamentalne zerwanie z dotychczasowym ciągiem czasu historycznego, co prowadzi do głębokich przewartościowań i zmian w obrębie struktury społecznej. W konsekwencji rewolucja, interpretowana przez pryzmat nauk społecznych, ujawnia się jako apogeum procesu autotransformacji społecznej. To przewartościowanie nie tylko redefiniuje podstawy organizacji życia społecznego, ale również determinuje selektywny charakter przetrwania różnorodnych modeli życia i organizacji społecznej. Modele, które okazują się niezdolne do adaptacji w nowo ustalonych warunkach, podlegają eliminacji lub marginalizacji, co odnajduje swoje analogie w naturalnych procesach ewolucyjnych, ale też w systemach społecznych i państwowych, czego przykładem są rewolucje francuska czy sowiecka³⁰³.

W ciągu ostatnich dwóch wieków ludzkość była świadkiem transformacji bez precedensu, przewyższającej jakiegokolwiek zmiany doświadczone od zarania dziejów. Ten okres charakteryzuje się osiągnięciem dominacji nad siłami natury, co niegdyś wydawało się nieosiągalne. Zaobserwowano zmianę konfiguracji globalnej mozaiki kulturowej i geopolitycznej, z narodzinami nowych społeczności w obszarach dotychczas niezbadanych i nieznanymi naszym przodkom. Wcześniej izolowane cywilizacje starożytnego Wschodu zostały zintegrowane z europejskim kontekstem kulturowym, co doprowadziło do uniwersalizacji wzorców życia, przekraczających geograficzne i kulturowe granice³⁰⁴. Objawia się to poprzez ujednocenie życia społecznego, gospodarki, polityki, zachowań konsumpcyjnych czy też ideologii na globalną skalę³⁰⁵.

Rewolucje: polityczna, gospodarcza i naukowa w Europie były ze sobą ściśle powiązane, ale żadna z tych trzech nie była przyczyną pozostałych. Wszystkie są równoległymi doświadczeniami organicznego procesu zmian³⁰⁶. Koncepcja cywilizacji zachodniej, choć często krytykowana za zbyt uogólnienia, odgrywała kluczową rolę w

³⁰³ J. Janiszewski, *Rewolucja jako przejaw zmiany społecznej*, „Seminare. Poszukiwania naukowe”, nr 32.2, 2012, s. 99-100.

³⁰⁴ E. Sakowicz, *Integracja w kontekście różnorodności kulturowej i religijnej*, „Teologia i Moralność”, UKSW Warszawa, volumen 12, numer 1 (21), 2017 s. 41

³⁰⁵ G. Szumera, *Globalizacja – szanse i zagrożenia w sferze kultury*, „Zeszyty Naukowe Politechniki Śląskiej, Seria: Organizacja i Zarządzanie”, zeszyt 85, 2015, s. 540.

³⁰⁶ K. Zamorska, *Pięć rewolucji przemysłowych – przyczyny, przebieg i skutki (ujęcie historyczno-analityczne)*, „Studia BAS”, nr 3(63), 2020, s. 20-21.

kształtowaniu współczesnych społeczeństw europejskich i amerykańskich. W szczególności, wpływy amerykańskie oraz europejskie dziedzictwo współtworzyły polityczne, gospodarcze i ideologiczne struktury, które były decydujące w rozstrzygnięciu najważniejszych konfliktów XX wieku, takich jak dwie wojny światowe oraz zimna wojna. Jednocześnie, amerykańska reinterpretacja idei cywilizacji zachodniej nadała jej nową energię, co przyczyniło się nie tylko do wygranych militarnych, ale także do utrzymania długotrwałej stabilności politycznej i gospodarczej w Europie Zachodniej, zwłaszcza w okresie zimnej wojny. To wskazuje na złożoność i wielowymiarowość procesów, które ukształtowały współczesny „Zachód”, obejmując zarówno aspekty polityczne, jak i kulturowe³⁰⁷.

Analizując współczesne pojmowanie rewolucji, można zauważyć, że wywodzi się ono z dwóch głównych nurtów: historiozoficznego i socjologicznego. Model socjologiczny rewolucji podkreśla złożoność i wielowymiarowość zjawiska rewolucji, traktując je jako radykalną i gwałtowną zmianę w strukturze społecznej i politycznej, często związaną z przemocą i masowymi ruchami społecznymi. Socjologia, badając społeczeństwa i ich dynamikę, oferuje narzędzia do analizy przyczyn, przebiegu oraz konsekwencji rewolucji, uwzględniając czynniki takie jak niezadowolenie społeczne, relatywna deprivacja, charyzmatyczne przywództwo oraz interakcje społeczne i polityczne, co pozwala na głębsze zrozumienie i przewidywanie zmian rewolucyjnych, odchodząc od postrzegania historii jako procesu przebiegającego według ustalonych schematów³⁰⁸. W perspektywie historiozoficznej, rewolucja uchodzi za radykalną zmianę wywołaną działaniem wewnętrznych sprzeczności historycznych oraz celowym działaniem podmiotów mających potencjał do zmieniania historii. Interpretacja ta podkreśla znaczenie aktywnego działania i specyficznego kontekstu historycznego w kształtowaniu przebiegu i wyników rewolucji, zwracając uwagę na dynamiczną, nieprzewidywalną naturę procesów historycznych³⁰⁹.

Jak zauważył J. Janiszewski, te dwa nurty kształtują współczesne rozumienie „rewolucji” jako fundamentalnej transformacji społecznej o szerokim zasięgu i głębokim

³⁰⁷ J. Kurth, *Western civilization, our tradition*, „Intercollegiate Review”, Volume 39, Issue 1/2, 2003, s. 5-13.

³⁰⁸ J. Liniany, „Arabska Wiosna”. *Socjologiczne spojrzenie na koncepcję rewolucji oraz jej wpływ na ruch turystyczny w Tunezji*, „Turystyka Kulturowa”, nr 6, 2012, s. 42-54.

³⁰⁹ S. Drelich, *Historiozoficzna interpretacja rewolucji październikowej w myśli społeczno-politycznej Slavoja Žižka*, „Studia z Dziejów Rosji i Europy Środkowo-Wschodniej”, vol. 57, nr 2, 2022, s. 127-144.

wpływie³¹⁰. W takim ujęciu rewolucja jest synonimem radykalnej reformy, definiowanej jako „nagła, radykalna zmiana w politycznej, społecznej i ekonomicznej strukturze społeczeństwa”³¹¹ lub „gruntowna, nagła zmiana w strukturze społecznej lub jej istotnym elemencie”³¹². W definicjach tych uwaga zwracana jest na przemoc i walkę, a także na zakres dokonywanych zmian. Rewolucja jest tutaj postrzegana jako rozwój procesu społecznego, „próba dokonania zmian w konstytucji społeczeństw za pomocą siły”³¹³ czy „fundamentalna zmiana społeczno-polityczna dokonywana przy użyciu przemocy”³¹⁴.

Podjęcie syntetyzujące tradycje historyczoficzną i socjologiczną najpełniej oddaje współczesne podejście do rewolucji. Anthony Giddens opisuje rewolucję jako proces zmian politycznych, który przebiega poprzez obalenie istniejącego rządu i zastąpienie dotychczasowego ustroju nową władzą³¹⁵.

Niezależnie od rodzaju rewolucji – czy to politycznej, seksualnej, technologicznej czy gospodarczej – jej istotą jest inicjowanie głębokich transformacji, które przekraczają dotychczasowe ramy i wyznaczają nowe kierunki rozwoju. Każda rewolucja, niezależnie od jej sfery, przerywa ciągłość dotychczasowego porządku, wprowadzając zmiany, które często mają charakter epokowy. Jest to proces, który wykracza poza prostą modyfikację istniejących struktur, a zamiast tego kwestionuje fundamentalne założenia i wartości, na których te struktury zostały zbudowane. Sukces rewolucji zależy nie tylko od jej zdolności do przeprowadzenia głębokich zmian, ale również od stopnia, w jakim potrafi ona mobilizować społeczeństwo i wywołać w nim przekonanie o możliwości i potrzebie zmiany. Mobilizacja ta nie jest jednorazowym wydarzeniem, lecz procesem, który może trwać latami, kumulując niezadowolenie, aspiracje i oczekiwania w siłę zdolną do przekształcenia rzeczywistości.

W krytycznym przeglądzie literatury dotyczącej rewolucji, Jack Goldstone zidentyfikował trzy generacje badań nad nią³¹⁶. Pierwsza generacja, w tym prace Brintona³¹⁷ i

³¹⁰ J. Janiszewski, *Rewolucja jako...*, dz. cyt., s. 102.

³¹¹ A. Bullock, O. Stallybras (red.), *The Fontana Dictionary...*, dz. cyt., s. 542.

³¹² H.P. Fairchild, *Dictionary of Sociological and Related Sciences*, Littlefield, Totowa NJ, 1966, s. 259.

³¹³ C. Johnson, *Revolutionary Change*, University of London Press, Londyn, 1968, s. 1.

³¹⁴ T. Gurr, *Why Men Rebel*, Princeton University Press, Princeton, 1970, s. 4.

³¹⁵ A. Giddens, *Socjologia*, Wyd. PWN, Warszawa, 2005, s. 732.

³¹⁶ J.A. Goldstone, *Theories of Revolution: The Third Generation*, „World Politics”, vol. 32, nr 3, 1980, s. 425-453.

Edwarda³¹⁸, była przede wszystkim opisowa, identyfikując warunki wstępne oraz etapy w procesie rewolucji, ale brakowało jej solidnej podstawy teoretycznej. Druga generacja teoretyzowała na temat determinant działalności rewolucyjnej, koncentrując się na intencjonalnych działaniach rebeliantów zarówno o podłożu psychologicznym (np. Gurr³¹⁹, Davies³²⁰, Johnson³²¹), jak i racjonalnych, ale gwałtownych eskalacjach zwykłego konfliktu politycznego (np. Tilly³²²). Trzecia generacja, w tym prace Skocpol³²³, była bardziej wrażliwa na kontekst historyczny i społeczno-strukturalny, dzięki czemu była w stanie uwzględnić różnorodność wyników rewolucji, takich jak zmiany w strukturze władzy, wpływ na społeczeństwo, czy też reformy polityczne i ekonomiczne. W dyskursie akademickim poświęca się dużą uwagę na rozwijanie definicji rewolucji, jednak dogłębne zbadanie tej kwestii przekracza zakres obecnej analizy. Mimo to, nawet powierzchowne zbadanie dostępnych definicji rewolucji ujawnia, że treść tych definicji często znacząco się różni.

Literatura naukowa i publicystyczna często podkreśla, że różne rewolucje odegrały kluczową rolę w kształtowaniu współczesnego świata, przyczyniając się do powstania nowoczesnych narodów i przemian społecznych, ekonomicznych oraz technologicznych, które stworzyły dzisiejszą rzeczywistość³²⁴. Samo słowo odnosi się do radykalnej, transformacyjnej zmiany³²⁵ i ma wiele ogólnych zastosowań opisujących zjawiska od „rewolucji przemysłowej” do „rewolucji seksualnej”. Jako proces historyczny „rewolucja” odnosi się do ruchu, często gwałtownego, zmierzającego do obalenia starego reżimu i dokonania całkowitej zmiany w podstawowych instytucjach społeczeństwa³²⁶. Współczesne rozumienie rewolucji jest ściśle związane z wydarzeniami Wielkiej Rewolucji Francuskiej z 1798 roku, która uznawana jest za archetyp tego pojęcia. Od tego czasu termin ten stosuje się do opisu fundamentalnych zdarzeń w życiu społeczeństw,

³¹⁷ C. Brinton, *The Anatomy...*, dz. cyt.

³¹⁸ L. P. Edwards, *The Natural History of Revolution*, University of Chicago Press, Chicago, 1927.

³¹⁹ T. Gurr, *Psychological Factors in Civil Violence*, „World Politics”, vol. 20, nr 2, 1968, s. 245-278.

³²⁰ J. C. Davies, *Toward a Theory of Revolution*, „American Sociological Review”, nr 27, 1962, s. 5-18

³²¹ C. Johnson, *Revolutionary Change...*, dz. cyt.

³²² C. Tilly, *Revolutions and Collective Violence*, [w:] *Handbook of Political Science*, F. I. Greenstein, N. W. Polsby (red.), Addison-Wesley, Reading, 1975.

³²³ T. Skocpol, *States and Social Revolutions. A Comparative Analysis of France, Russia, and China*, Cambridge University Press, Cambridge, 1979.

³²⁴ Por. M. Junkiert, *Hegel, Lelewel i rewolucje*, „Ruch literacki”, zeszyt 6(369), 2021, s. 766.

³²⁵ A. Bullock, O. Stallybras (red.), *The Fontana Dictionary of Modern Thought*, Fontana Books, Londyn, 1977, s. 542.

³²⁶ A. Giddens, *Socjologia*, Wydawnictwo PWN, Warszawa, 2005, s. 732.

które radykalnie zmieniają istniejący porządek w każdym wymiarze³²⁷. Wielu rewolucjonistów uwierzyło, że nowoczesność można osiągnąć tylko poprzez tak gwałtowną i całkowitą transformację³²⁸.

Podobnie jak w przypadku wielu pojęć z dziedziny nauk społecznych, tak i określenie „rewolucja” ma zarówno znaczenie potoczne, jak i naukowe. Rewolucja, będąc zdarzeniem kluczowym z perspektywy historii i ze względu na swoje skutki, przenika do codziennej świadomości, wpływając na emocje ludzi i tworząc tzw. „mit rewolucyjny”. Takie znaczenie odnosi się do codziennego, nieakademickiego postrzegania rewolucji, które jest przesiąknięte ocenami wartościującymi oraz elementami emocjonalnymi. Ta interpretacja podkreśla subiektywne i emocjonalne aspekty pojęcia, często pomijając jego bardziej złożone konteksty³²⁹. Codzienne rozmowy o rewolucji ewoluują w teoretyczną koncepcję, formując specyficzny paradygmat, który pozwala analizować przyczyny, przebieg oraz konsekwencje rewolucji. W tym kontekście mówi się o rozwijaniu „teorii rewolucji”. Oba podejścia, potoczne i naukowe, są integralną częścią analizy społecznej, opisując motywacje ludzkich działań i sposoby organizacji społeczeństw. Dla socjologów oczywiste jest, że teoria społeczna, a więc również teoria rewolucji, stanowi jedynie bardziej zaawansowaną formę codziennego myślenia, zdolną do mobilizacji mas i realizacji celów. Teoria ta wyjaśnia ludzkie emocje i dynamikę działań, jednocześnie potrafiąc przekształcić to myślenie, racjonalizując powszechne postrzeganie rewolucji i ujawniając jej głębsze przyczyny³³⁰.

Według Encyklopedii PWN rewolucja może być rozumiana w dwojaki sposób: szeroko i metaforycznie jako każda szybka i głęboka transformacja dotycząca różnych aspektów życia społecznego, takich jak obyczaje, przemysł, nauka czy technika; oraz w znaczeniu bardziej ograniczonym jako gwałtowna zmiana ustroju politycznego i organizacji społecznej. Ta druga, węższa definicja podkreśla, że rewolucja odbywa się przy aktywnym udziale szerokich warstw społeczeństwa oraz zazwyczaj wykorzystuje środki pozaprawne. Rewolucja często kontrastuje z ewolucją i reformą, jako że te ostatnie opisują bardziej stopniowe i zgodne z prawem procesy zmian. W swoich historycznych i etymologicznych korzeniach, pochodzących z łacińskiego słowa „*revolutio*”, co ozna-

³²⁷ J. Janiszewski, *Rewolucja jako...*, dz. cyt., s. 99-101.

³²⁸ Z. Krasnodębski, *Prawdziwie nowoczesna teoria nowoczesności*, „Kultura i społeczeństwo”, nr 3, 2006, s. 245.

³²⁹ J. Chodak, *Teorie rewolucji w naukach społecznych*, Wyd. UMCS, Lublin, 2012, s. 16.

³³⁰ J. Janiszewski, *Rewolucja jako...*, dz. cyt., s. 100-101.

cza obrót, nawrót, odwrócenie, termin „rewolucja” pierwotnie odnosił się do zmian cyklicznych. Przykładem może być tytuł dzieła Mikołaja Kopernika „De revolutionibus orbium coelestium”, odnoszący się do ruchów niebieskich ciał. W dawnych traktatach politycznych rewolucja mogła być rozumiana jako odwrócenie istniejącego porządku między „górami” a „dołami” społecznym, lub jako powrót do domniemanego stanu pierwotnego. Z biegiem czasu znaczenie terminu ewoluowało w kierunku określania wydarzeń prowadzących do powstania zasadniczo nowej sytuacji społecznej, politycznej lub ekonomicznej, bez bezpośrednich analogii w przeszłości³³¹.

Słownik Języka Polskiego PWN opisuje rewolucję jako termin o złożonym i wielowarstwowym znaczeniu, który może być rozumiany w różnych kontekstach. W sensie politycznym, rewolucja odnosi się do zbrojnego wystąpienia znacznej części społeczeństwa przeciwko istniejącej władzy, którego celem jest dokonanie zmiany ustroju w państwie. Ten aspekt rewolucji podkreśla jej charakter jako środka do radykalnej transformacji struktury politycznej i społecznej, często realizowanego przez bezpośrednią akcję i konfrontację. W szerszym znaczeniu, rewolucja może odnosić się do procesu gwałtownych zmian w jakiejś dziedzinie, np. naukowej, technologicznej, kulturowej czy ekonomicznej. W tym kontekście, rewolucja symbolizuje przełomowe odkrycia lub innowacje, które radykalnie zmieniają dotychczasowe rozumienie lub praktyki w danej dziedzinie. Potocznie, termin „rewolucja” może być również używany do opisu intensywnego, nieprzyjemnego procesu zachodzącego w organizmie człowieka, na przykład w kontekście trawienia lub innych fizjologicznych reakcji, co podkreśla jego dyskomfortowy i niepożądany charakter. Rewolucja może również oznaczać dużą zmianę w dowolnym aspekcie życia lub działalności, sugerując istotną transformację czy przełom w percepcji, zachowaniu czy technologii³³².

James C. Davies formułuje kilka kluczowych definicji i teorii dotyczących rewolucji, które opierają się na analizie historycznych przypadków i teorii socjologicznych. Rewolucje są według niego zdefiniowane jako „gwałtowne zakłócenia cywilne, które powodują zastąpienie jednej grupy rządzącej przez inną, która ma szersze popuarne wsparcie”³³³.

³³¹ Hasło „rewolucja”, <https://encyklopedia.pwn.pl/haslo/rewolucja;3967471.html>, 03.03.2024.

³³² Hasło „rewolucja”, <https://sjp.pwn.pl/szukaj/rewolucja.html>, 03.03.2024.

³³³ J. C. Davies, *Toward a Theory...*, dz. cyt., s. 6.

Rewolucja, według definicji przedstawionej przez Samuela P. Huntingtona, jest pojęciem obejmującym szybką, fundamentalną i gwałtowną zmianę wewnętrzną dominujących wartości i mitów w społeczeństwie, jego instytucjach politycznych, strukturze społecznej, przywództwie oraz polityce rządu. Huntington podkreśla, że jego definicja odnosi się przede wszystkim do tzw. wielkich rewolucji lub rewolucji społecznych, które stanowią przełomowe momenty w historii ludzkości, radykalnie przekształcając porządek społeczno-polityczny. Jako przykłady takich transformacji autor wskazuje rewolucje francuską, chińską, meksykańską, rosyjską i kubańską, ilustrując ogromny wpływ, jaki te wydarzenia miały na kształtowanie się nowych porządków społecznych i politycznych. Definicja ta podkreśla zatem rewolucję jako proces, który wywiera głęboki i trwały wpływ na struktury władzy, tożsamość kulturową oraz organizację społeczną³³⁴.

Według Brintona rewolucja to wielki przewrót w poprzednim, trwałym systemie politycznym³³⁵, zaś zdaniem Willhoite'a rewolucja to wieloznaczne określenie, które odnosi się do swego rodzaju nagłej i znaczącej zmiany w rządzie poprzez pozaprawne lub nielegalne środki³³⁶.

Rewolucja, jak zauważył Fairchild, jest to proces charakteryzujący się radykalną i nagłą zmianą w strukturze społecznej lub w kluczowych aspektach tej struktury. Proces ten wyróżnia się swoim zakresem i szybkością, a często towarzyszy mu przemoc lub tymczasowy chaos na scenie politycznej³³⁷.

Z perspektywy niemieckiego socjologa Hartmanna, rewolucja rozumiana jest jako masowy ruch, który przez użycie siły przerywa ciągłość obowiązującego prawa, tworząc nowe prawo odpowiadające rozwojowi historycznemu i jego tendencjom³³⁸.

Kowalski definiuje rewolucję jako intensyfikację konfliktów o władzę polityczną i zmiany społeczne, często z użyciem przemocy, gdzie charakterystycznym wynikiem jest objęcie władzy przez nową klasę państwową³³⁹.

³³⁴ S. P. Huntington, *Political order...*, dz. cyt., s. 264.

³³⁵ C. Brinton, *The Anatomy...*, dz. cyt. s. 2.

³³⁶ F. H. Willhoite, *Power and Governments: An Introduction to Politics*, Brooks / Cole, Pacific Grove, 1988, s. 381.

³³⁷ H.P. Fairchild, *Dictionary of Sociological...*, dz. cyt., s. 259.

³³⁸ M. Waldenberg, *Rewolucja*, Iskry, Warszawa, 1964, s. 13.

³³⁹ J. Kowalski, *Wstęp do prawoznawstwa*, PWN, Warszawa, 1984, s. 83.

G. K. Roberts z kolei interpretuje rewolucję (w kontekście politycznym) jako stonkowo nagłą i nielegalną próbę zmiany ustroju państwa lub innej organizacji politycznej przez duże grupy społeczne, często z użyciem przemocy³⁴⁰.

Dla potrzeb tej pracy przyjęto definicję hybrydową, będącą połączeniem określeń sformułowanych przez Goldstone'a³⁴¹ i Kurana³⁴², gdzie rewolucja to: „zasadnicza zmiana porządku społecznego, spowodowana w krótkim okresie czasu przez masową zmianę w wyrażanych przez ludzi poglądach, której towarzyszy formalna lub informacyjna masowa mobilizacja i nieinstytucjonalne działania podważające istniejącą równowagę społeczną”. Obejmuje ona również rozruchy, protesty oraz inne formy społecznego nieposłuszeństwa, które prowadzą do destabilizacji i transformacji systemu politycznego, gospodarczego lub kulturowego. Rozruchy i protesty, jako integralne elementy procesu rewolucyjnego, odzwierciedlają masowe niezadowolenie społeczne i dążenie do zmiany, stanowiąc często bezpośrednią reakcję na istniejące niesprawiedliwości i nierówności. W kontekście niniejszej rozprawy, rewolucja jest rozumiana również jako proces obejmujący szeroki zakres działań społecznych, które przyczyniają się do długofalowej transformacji strukturalnej społeczeństwa.

Rewolucja jako złożony i wielowymiarowy fenomen, jest przedmiotem intensywnych badań i debat w dyskursie akademickim, gdzie różnorodność definicji odzwierciedla szerokie spektrum jej interpretacji. W najogólniejszym sensie, rewolucja może być rozumiana jako każda szybka i głęboka transformacja wpływająca na różne aspekty życia społecznego, od obyczajów po naukę i technikę oraz jako gwałtowna zmiana ustroju politycznego i organizacji społecznej, często z udziałem szerokich warstw społeczeństwa i z użyciem środków pozaprawnych. Historycznie, termin „rewolucja” ewoluował od odniesień do zmian cyklicznych, jak w pracach Mikołaja Kopernika, do oznaczania przełomowych wydarzeń, takich jak rewolucje francuska, rosyjska i kubańska, które radykalnie przekształcały porządek społeczno-polityczny. Różni teoretycy,

³⁴⁰ G. K. Roberts, *A Dictionary of Political Analysis*, Longman, London 1971, s. 190.

³⁴¹ Wg Goldstone'a rewolucja to: " wysiłek zmierzający do przekształcenia instytucji politycznych i uzasadnień dla władzy politycznej w społeczeństwie, któremu towarzyszy formalna lub informacyjna masowa mobilizacja i nieinstytucjonalne działania podważające istniejącą władzę", por. J.A. Goldstone, *Toward a Fourth Generation of Revolutionary Theory*, „Annual Review of Political Science”, Annual Reviews vol. 4, Palo Alto, 2001, s. 142.

³⁴² Wg Kurana „rewolucja” to: „zasadnicza zmiana w porządku społecznym, spowodowana w krótkim okresie czasu poprzez masową zmianę w wyrażanych przez ludzi poglądach politycznych”, por. T. Kuran *Sparks and...*, dz. cyt., s. 53.

jak James C. Davies, Samuel P. Huntington, C. Brinton, F. H. Willhoite, H. P. Fairchild, L. M. Hartmann, J. Kowalski, G. K. Roberts, a także Goldstone i Kuran, sformułowali definicje rewolucji, podkreślając jej aspekty takie jak gwałtowne zakłócenia cywilne, szybka, fundamentalna zmiana w dominujących wartościach społeczeństwa, jego instytucjach politycznych, strukturze społecznej i przywództwie, a także ruchy masowe przerywające kontynuację prawa. Te definicje wskazują na rewolucję jako proces charakteryzujący się radykalną zmianą, masową mobilizacją i działaniami podważającymi istniejącą równowagę społeczną, często za pomocą przemocy lub nieinstytucjonalnych środków.

3.2. Podziały rewolucji

Naukowcy dążą do zrozumienia i skategoryzowania zjawiska rewolucji, badając ich różnorodne formy oraz wpływ na społeczeństwo i państwo. W literaturze nauk społecznych opisano różne typy rewolucji, które znacząco różnią się pod względem skali, przyczyn, przebiegu oraz skutków.

Wśród tych typów wyróżnia się „wielkie rewolucje”, takie jak rewolucja francuska, rosyjska czy islamska w Iranie, które przyniosły głębokie zmiany na wielu płaszczyznach. Dotknęły one nie tylko struktur ekonomicznych i społecznych, ale również zasadniczo przekształciły instytucje polityczne, wyznaczając nowe kierunki dla przyszłych pokoleń³⁴³.

Zupełnie inną kategorię stanowią „rewolucje polityczne”, które skupiają się przede wszystkim na zmianie władzy państwowej i instytucji rządowych, nie wpływając w znaczący sposób na inne aspekty życia społecznego³⁴⁴. W przeciwieństwie do nich, rewolucje społeczne wyrastają z dążeń i niezadowolenia niższych klas, mając na celu przede wszystkim poprawę ich warunków życia i statusu społecznego³⁴⁵.

Interesującą perspektywę reprezentują rewolucje inicjowane przez elity lub wyższe klasy społeczne, znane jako „rewolucje odgórne”. Takie ruchy skutkują radykalnymi

³⁴³ J. A. Goldstone, *The Comparative and Historical Study of Revolutions*, „Annual Review of Sociology”, vol. 8, 1982, s. 188.

³⁴⁴ B. Thomassen, *Notes towards an Anthropology of Political Revolutions*, „Comparative Studies in Society and History” nr 54.3, 2012, s. 683-684.

³⁴⁵ T. Skocpol, *States and Social...*, dz. cyt., s. 4-5.

reformami, które są wynikiem bezpośredniej mobilizacji mas przez elity³⁴⁶. W osobnej kategorii plasują się „rewolucje komunistyczne i proletariackie” inspirowane ideologią marksistowską, które zmierzały do zastąpienia kapitalizmu komunizmem. Te ruchy miały globalny zasięg i znacząco wpłynęły na kształtowanie się politycznej mapy świata w XX wieku³⁴⁷.

Nie wszystkie rewolucje kończą się sukcesem – niektóre z nich, mimo początkowych zwycięstw lub dużej mobilizacji, nie są w stanie przejąć władzy lub doprowadzić do trwałych zmian, stając się „rewolucjami nieudanymi” lub „bezowocnymi”³⁴⁸.

W ostatnich dekadach zaobserwować można pojawienie się bezkrwawych, tak zwanych „kolorowych rewolucji”, które charakteryzują się niskim stopniem przemocy i dążeniem do zmian politycznych głównie przez zmianę rywalizujących grup wewnątrz klasy politycznej³⁴⁹.

Równie istotne jest rozróżnienie między rewolucjami „zewnętrznymi” a „wewnętrznymi”. Rewolucje zewnętrzne to te przeciwko obcym władzom jak w przypadku ruchów antykolonialnych, przy czym rewolucja amerykańska służy jako model, podobnie jak inne rewolucje antykolonialne. Z kolei wewnętrzne odnoszą się do buntu przeciwko autorytetom krajowym, przykładem czego mogą być rewolucja francuska i rosyjskie³⁵⁰.

Oprócz tych, które wywierają wpływ na struktury polityczne i społeczne, istnieją również rewolucje o charakterze kulturowym, intelektualnym, filozoficznym, a także technologicznym. Przykłady takich zmian to „rewolucja rolna”, w tym „rewolucja neolityczna”³⁵¹, która położyła fundamenty pod rozwój cywilizacji oraz tak zwana druga rewolucja rolna, czyli „zielona rewolucja”, która znacząco zwiększyła ilość produkowanych płodów rolnych³⁵².

³⁴⁶ M. Albertus, *Explaining Patterns of Redistribution Under Autocracy: The Case of Peru's Revolution from Above*, „Latin American Research Review”, vol. 50, nr 2, 2013, s. 107-134.

³⁴⁷ K. Sacewicz, *Rewolucja komunistyczna i dyktatura proletariatu w świetle publikacji centralnego porozumienia organizacji współdziałających w zwalczaniu komunizmu – zarys problemu*, „Remembrance and Justice”, nr 2 (30), 2017, s. 76-77.

³⁴⁸ Przykłady takich rewolucji to: Wiosna Ludów (1848-1849), rewolucja węgierska (1956), czy też Praska Wiosna (1968).

³⁴⁹ J. Chodak, *Walka bez przemocy w strategii ruchów rewolucyjnych na przełomie XX i XXI wieku*, [w:] *Opór-Protest-Wykroczenie*, J. Wach, Ł. Janicki (red.), UMCS, Lublin, 2015, s. 101.

³⁵⁰ V. Alalykin-Izvekov, S. Satkiewicz, *From Brinton to Goldstone: A Scientific Civilizational Perspective on The Theory Of Revolution*, „Comparative Civilizations Review”, Vol. 71, nr 71, 2014, s. 72.

³⁵¹ A. Ziółkowski, *Historia Powszechna. Starożytność*, PWN, Warszawa, 2009, s.31.

³⁵² Zamorska K., *Pięć rewolucji...*, dz. cyt., s.10.

Nie można także pominąć „rewolucji kulturalnej” w Chinach, która była walką o władzę wewnątrz Chińskiej Partii Komunistycznej i która miała szeroki wpływ na społeczeństwo chińskie³⁵³; „rewolucji cyfrowej”, która trwa do dziś i zmienia sposób, w jaki żyjemy i komunikujemy się; czy „rewolucji przemysłowej”, która zainicjowała wiek maszyn i zasadniczo przekształciła struktury społeczno-gospodarcze³⁵⁴.

„Rewolucja cen” reprezentuje inną płaszczyznę zmian, nie związanych bezpośrednio z polityką czy społeczeństwem, ale z ekonomią. Była to seria zdarzeń ekonomicznych, rozpoczynających się w XVI wieku, które charakteryzowały się wysoką inflacją w Europie. Zjawisko to miało daleko idące skutki dla gospodarek europejskich, wpływając na ceny dóbr konsumpcyjnych i ziemskich, co z kolei przekładało się na życie codzienne ludności³⁵⁵.

Kolejnym ważnym aspektem przemian społecznych jest „rewolucja seksualna”, która miała miejsce głównie w krajach zachodnich w latach sześćdziesiątych XX wieku. Przemiany te obejmowały zmiany w moralności i zachowaniach seksualnych, prowadząc do większej swobody i otwartości w dyskusjach na temat seksu, co z czasem przyczyniło się do zmiany norm i wartości w wielu społeczeństwach³⁵⁶.

Te różnorodne formy rewolucji – od politycznych, przez społeczne, ekonomiczne, aż po kulturalne i technologiczne – pokazują, jak dynamicznie mogą się rozwijać społeczeństwa i jak różne mogą być przyczyny i konsekwencje dążenia do zmian. Każda z nich wpisuje się w szerszy kontekst historyczny i kulturowy, odzwierciedlając specyficzne dla siebie wyzwania, cele i aspiracje. W kontekście rewolucji kulturowych, intelektualnych i filozoficznych warto zwrócić uwagę na to, jak zmiany w myśleniu i percepcji świata mogą wpływać na rozwój społeczeństw. Przykłady takich rewolucji pokazują, że nie tylko konflikty zbrojne czy zmiany polityczne, ale również ewolucja idei i przekonań może mieć znaczący wpływ na kierunek, w jakim zmierza ludzkość.

Rewolucje technologiczne, jak rewolucja cyfrowa czy przemysłowa, podkreślają z kolei rolę postępu technicznego w kształtowaniu współczesnego świata. Od zmian w produkcji rolniczej po rewolucję w komunikacji i przetwarzaniu informacji, te przemiana-

³⁵³ X. Li, *The Chinese Cultural Revolution Revisited*, „The China Review”, nr 1, 2001, s. 137-165.

³⁵⁴ Zamorska K., *Pięć rewolucji...*, dz. cyt., s. 9-17.

³⁵⁵ J. H. Munro, *Money, prices, wages, and 'profit inflation' in Spain, the Southern Netherlands, and England during the Price Revolution era, ca. 1520-ca. 1650*, „Historia e Econimia Revista Interdisciplinar”, vol. 4 nr 1, 2008, s. 14-16.

³⁵⁶ D. Allyn, *Make Love, Not War: The Sexual Revolution*, Taylor & Francis, Nowy Jork, 2001 s. 4-5.

ny znacząco wpłynęły na społeczne, ekonomiczne i kulturowe aspekty życia, otwierając nowe możliwości i wyzwania.

Ostatecznie analiza różnych rodzajów rewolucji pozwala lepiej zrozumieć złożoność procesów społecznych i ich wpływ na kształtowanie się historii oraz przyszłości społeczeństw. Przez rozpatrywanie ich w szerokim kontekście możemy docenić jak skomplikowane i wielowymiarowe są dążenia do zmian, które napędzają rozwój ludzkości.

3.2.1. Typ zachodni a typ wschodni rewolucji

Typologie rewolucji według Samuela Huntingtona i Roberta Dix'a omawiają różnice między rewolucjami społecznymi i politycznymi. Rewolucje społeczne pociągają za sobą głębokie przekształcenia relacji klasowych i struktur władzy państwowej, natomiast rewolucje polityczne wprowadzają nowe formy odpowiedzialności politycznej, umożliwiając niższym klasom dążenie do reform bez zmiany podstaw klasowych władzy państwowej.

Huntington rozróżnia „zachodni” typ rewolucji, gdzie słabe, tradycyjne reżimy upadają bez znaczącego użycia siły, a walka o władzę między umiarkowanymi a radykałami przenosi się na obszary wiejskie, konsolidując zmiany społeczne. Przykładem jest Wielka Rewolucja Francuska. „Wschodni” typ dotyczy rewolucji przeciwko modernizującym reżimom, takim jak administracje kolonialne czy dyktatury wojskowe, gdzie rewolucjoniści często stosują długotrwałą wojnę partyzancką. Walka o władzę rozpoczyna się przed przejściem centrum władzy, a przykładem jest rewolucja w Chinach³⁵⁷.

Dix rozszerza tę typologię, wprowadzając wzorzec „latynoamerykański”, gdzie działania partyzanckie i miejska natura rewolucji odróżniają na przykład rewolucję kubańską od wzorców wschodniego i zachodniego. Te rewolucje charakteryzują się większą mobilizacją po przejściu władzy, przy kluczowej roli umiarkowanych i stopniowym zyskiwaniu przewagi przez radykałów. Dix dodaje również zmienną typu społeczeństwa, rozszerzając analizę Huntingtona, który skupiał się tylko na typie reżimu. W ten sposób różnicuje społeczeństwa tradycyjne, półnowoczesne i nowoczesne, używając

³⁵⁷ S. P. Huntington, *Political order...*, dz. cyt., s. 271 -272.

kategorii Banku Światowego, co pozwala na głębsze zrozumienie mechanizmów leżących u podstaw różnych typów rewolucji³⁵⁸.

3.2.2. Typologie rewolucji wg Chalmersa Johnsona

W 1964 roku Johnson zaproponował klasyfikację rewolucji na sześć typologii, proponując ramy do zrozumienia złożoności i różnorodności rewolucyjnych ruchów w historii. Jego systematyczne podejście pozwala analizować i porównywać rewolucje, wyodrębniając poszczególne typy na podstawie ich przyczyn, procesów i wyników³⁵⁹. Pierwszy typ to rewolucje jakobińskie, które dążą do całkowitej transformacji społeczeństwa. Rewolucje te charakteryzują się radykalnymi celami, włączając w to gruntowną przebudowę istniejących struktur społecznych, politycznych i ekonomicznych, często towarzyszy im rozległa przemoc i ustanowienie nowego porządku ideologicznego.

Drugi typ, rewolucje bolszewickie, wzorowane na rewolucji rosyjskiej z 1917 roku. Ta typologia opisuje rewolucje prowadzone przez ściśle zorganizowaną partię, która dąży do przejęcia władzy państwowej, aby wdrożyć wszechstronną i radykalną agendę. Rewolucja bolszewicka jest naznaczona naciskiem na walkę klas, rolę partii awangardowej i dążenie do społeczeństwa socjalistycznego lub komunistycznego. Kolejną kategorią są rewolucje konserwatywne (wojskowe), które koncentrują się na rewolucjach lub zamachach stanu prowadzonych przez siły wojskowe lub konserwatywne grupy, mające na celu zachowanie lub przywrócenie tradycyjnego porządku. Ruchy te zwykle pojawiają się w odpowiedzi na postrzegane zagrożenia dla społecznego, ekonomicznego lub politycznego status quo i dążą do przywrócenia stabilności i ciągłości, często za pomocą metod autorytarnych. Czwarty typ to rewolucje anarchistyczne. Dążą one do zniesienia państwa i ustanowienia społeczeństwa opartego na dobrowolnych stowarzyszeniach i wzajemnej pomocy. Charakteryzują się one silnym naciskiem na indywidualną wolność i antyautorytaryzm, dążąc do rozbicia scentralizowanych struktur władzy i zastąpienia ich zdecentralizowanym, opartym na społeczności zarządzaniem. Kolejny typ, rewolucje milenijne, są napędzane wiarą w nadchodzącą radykalną transformację

³⁵⁸ R. H. Dix, *Varieties of Revolution*, „Comparative Politics”, nr 15, 1983, s. 281-294.

³⁵⁹ C. Johnson, *Revolution and the social system*, Hoover Institution Studies, Stanford, 1964, s. 135 – 150.

społeczeństwa, która zapoczątkuje idealizowaną przyszłość, często przewidywaną na podstawie religijnych lub mistycznych podstaw. Ruchy te charakteryzują się utopijną wizją i przekonaniem, że obecne struktury społeczne muszą zostać całkowicie wyeliminowane, aby zrobić miejsce dla nowego, doskonałego porządku społecznego. Ostatnia kategoria to rewolucje konstytucyjne. Obejmuje ona rewolucje, które mają na celu reformę lub zastąpienie istniejącego porządku konstytucyjnego nowymi ramami prawnymi i politycznymi. Rewolucje te są zazwyczaj mniej gwałtowne i radykalne niż inne, skupiając się na zmianach prawnych i instytucjonalnych, aby osiągnąć szerszy udział polityczny, wolności obywatelskie i demokratyczne zarządzanie.

Klasyfikacja Johnsona podkreśla różnorodne motywacje, strategie i cele, które napędzały ruchy rewolucyjne przez historię, zwracając uwagę, że rzeczywiste rewolucje mogą wykazywać cechy wielu typologii, nie pasując ściśle do jednej kategorii.

3.2.3. Podział rewolucji wg Karla Deutscha

Karl Deutsch w swojej analizie rewolucji przedstawił cztery kluczowe charakterystyki, które pozwalają odróżnić różne ich typy. Te cechy to: stopień uczestnictwa mas, czas trwania, liczba ofiar śmiertelnych zarówno w trakcie jak i po zakończeniu rewolucji oraz intencje powstańców wraz z ich ostatecznymi wynikami. Te kryteria, pomimo swojej pozornej prostoty, otwierają szerokie pole do analizy dynamiki społeczno-politycznej stojącej za rewolucjami.

Stopień uczestnictwa mas w rewolucji jest wskaźnikiem, który może znacznie różnić się w zależności od kontekstu. Niektóre rewolucje charakteryzują się szeroko zakrojonym zaangażowaniem społeczeństwa, gdzie działania protestacyjne i opozycyjne obejmują szerokie warstwy populacji. Inne natomiast mogą być prowadzone przez stosunkowo wąską grupę aktywistów czy powstańców, mających jednak zdolność do znaczącego wpływu na struktury władzy.

Czas trwania rewolucji jest również różnorodny i może obejmować zarówno krótkotrwałe wybuchy społecznego niezadowolenia, jak i długotrwałe konflikty, które stopniowo doprowadzają do zmiany reżimu. Długotrwałość konfliktu często zwiększa jego skomplikowanie, wprowadzając dodatkowe czynniki i dynamiki, które mogą wpłynąć na jego ostateczny wynik.

Liczba ofiar śmiertelnych, zarówno w trakcie jak i po rewolucji, jest surową, lecz fundamentalną miarą intensywności konfliktu. Ten wskaźnik nie tylko odzwierciedla

bezpośrednie skutki walki, ale także pośrednie konsekwencje rewolucji, takie jak represje, egzekucje czy czystki przeprowadzane przez nową władzę.

Intencje powstańców oraz ich ostateczne wyniki ujawniają ideologiczne podstawy rewolucji i jej długofalowe skutki dla struktury społecznej i politycznej. Udane rewolucje, które doprowadzają do zmian w elitach rządzących, często otwierają drogę do głębokich przemian w społeczeństwie, realizując lub modyfikując fundamenty systemu politycznego.

Deutsch zwraca uwagę, że rewolucje nie są zjawiskami monolitycznymi i mogą być napędzane przez różnorodne determinanty. Wyróżnia dwa główne rodzaje czynników: warunki wstępne, czyli długotrwałe przyczyny stwarzające potencjalnie wybuchową sytuację oraz czynniki wyzwajające, które bezpośrednio prowokują wybuch rewolucji. Te ostatnie mogą mieć charakter niepowtarzalny, osobisty lub przypadkowy, ale łączy je zdolność do zapoczątkowania kaskady wydarzeń, która może doprowadzić do radykalnej zmiany.

Analiza Deutscha, choć zakorzeniona w badaniach z połowy XX wieku, pozostaje niezwykle istotna dla współczesnych dyskusji na temat natury i przyczyn rewolucji. Jej złożone podejście do zrozumienia rewolucji podkreśla, że nie ma jednolitej ścieżki czy przyczyny prowadzącej do takich dramatycznych zmian³⁶⁰.

3.3. Przyczyny i etapy rewolucji

Analizując historię rewolucji, kluczowym jest uświadomienie sobie, że tak zróżnicowane wydarzenia jak rewolucja angielska, amerykańska, francuska czy rosyjska dzielą wspólne cechy, mimo ich znacznych różnic. Te wspólne cechy obejmują przyczyny społeczno-ekonomiczne i polityczne, które prowadzą do rewolucji oraz etapy, przez które rewolucje przechodzą. Wczesne podejścia socjologiczne skupiały się na identyfikacji podobieństw w przebiegu rewolucji³⁶¹, podkreślając, że nauki społeczne, w tym socjologia, wskazują na przejście każdej rewolucji przez serię wyraźnie określonych faz. Fazy te odzwierciedlają zarówno przyczyny, jak i konsekwencje działania mechanizmów.

³⁶⁰ K. Deutsch, *External involvement in internal wars*, [w:] *Internal war: problems and approaches*, Eckstein H (red.), Free Press of Glencoe, New York, 1964, s. 100–110.

³⁶¹ C. Brinton, *The Anatomy...*, dz. cyt., s. 254.

James DeFronzo identyfikuje pięć czynników wspólnych dla rewolucji społecznych: wzrost masowej frustracji, podziały wśród elit, jednoczące motywacje wśród różnych klas, kryzys osłabiający możliwości rządu oraz brak interwencji zewnętrznej. Masowa frustracja wynika z rozbieżności między oczekiwaniami a rzeczywistością, częściowo opisana jest przez teorię względnej deprivacji. Podziały elit przyczyniają się do wzrostu rewolucyjnych ideologii. Jednoczące motywacje konsolidują wsparcie społeczne, podczas gdy kryzys rządowy zwiększa szanse na konflikty wewnętrzne. Ostatni czynnik, brak zewnętrznej interwencji, tworzy sprzyjające warunki dla powodzenia rewolucji. DeFronzo podkreśla, że postęp w komunikacji i sieciach społecznych ułatwia organizację i rozprzestrzenianie idei rewolucyjnych, co umożliwia skuteczną mobilizację społeczną i wpływa na postrzeganą deprivację, wspierając działania rewolucyjne³⁶².

Uczni są zgodni co do tego, iż rewolucja jest złożonym procesem, który wyłania się z porządku społecznego, ulegając postrzępieniu w wielu obszarach jednocześnie. Jack Goldstone pisze: „W ten sposób powstają rewolucje - z czasem społeczeństwo przechodzi od stanu stabilnej równowagi do niestabilnej równowagi. Wówczas nawet niewielki nieporządek może zapoczątkować przyspieszony ruch w kierunku większego nieporządku i obalenia istniejącego reżimu”³⁶³. Wskazuje na ogólną zgodę wśród badaczy społecznych co do pięciu elementów, które tworzą niestabilną równowagę społeczną, z której mogą powstać rewolucje:

- krajowe napięcia gospodarcze lub fiskalne;
- alienacja i opozycja wśród elit;
- powszechny gniew z powodu niesprawiedliwości;
- ideologia, która przedstawia przekonującą wspólną narrację oporu;
- korzystne stosunki międzynarodowe³⁶⁴.

Kiedy te warunki pokrywają się ze sobą, normalne mechanizmy społeczne, które przywracają porządek w sytuacjach kryzysowych, prawdopodobnie nie zadziałają. Za-

³⁶² B.L. Mayer, *Modern social media and social revolutions*, Methodist University, Fort Leavenworth, 2011, s.10.

³⁶³ J. Goldstone, *Revolutions: A Very Short Introduction*, Oxford University Press, Nowy Jork, 2014, s. 15.

³⁶⁴ J. Goldstone, *Revolutions: A Very...*, dz. cyt., s. 16-18.

miast tego następuje destabilizacja, a każde niepożądane zdarzenie grozi wtedy wystąpieniem oporu i eskalacją buntu, prowadząc do rozpoczęcia rewolucji³⁶⁵.

Inna analiza Goldstone'a przedstawia rewolucje nie tylko jako rezultat słabości strukturalnych, ale również jako efekt skomplikowanych wzajemnych relacji między liderami, ideologiami, identyfikacją z ruchami rewolucyjnymi oraz naciskami zarówno międzynarodowymi, jak i wewnętrznymi. Ta koncepcja podkreśla, że pełne zrozumienie rewolucji wymaga analizy specyficznych warunków i dynamiki naruszającej równowagę reżimu, co pozwala siłom rewolucyjnym na mobilizację i wyzwanie obecnych struktur władzy. Podchodząc do rewolucji jako do zjawisk powstających spontanicznie, zwraca uwagę na konieczność badań nad procesami, które napędzają rozwój i dynamikę ruchów rewolucyjnych, zamiast koncentracji wyłącznie na wcześniej istniejących przyczynach³⁶⁶.

James Davies przedstawia teorię rewolucji, która opiera się na obserwacji, że rewolucje są najbardziej prawdopodobne, gdy długi okres rozwoju ekonomicznego i społecznego jest nagle zastępowany przez krótki okres regresu, co prowadzi do frustracji i rewolucyjnych nastrojów w społeczeństwie³⁶⁷.

Z kolei Karol Marks, Alexis de Tocqueville i Theda Skocpol przedstawiają różne perspektywy na przyczyny rewolucji, odzwierciedlające ich odmienne podejścia teoretyczne i konteksty historyczne, w których żyli i pracowali.

Marks postrzegał rewolucje przede wszystkim przez pryzmat walki klasowej, uznając, że nierówności ekonomiczne i eksploatacja klasy pracującej przez burżuazję są głównymi motorami zmian rewolucyjnych. Marksistowska teoria rewolucji zakłada, że napięcia między rosnącymi siłami produkcyjnymi a ograniczeniami stosunków produkcji prowadzą do konfliktów klasowych, które ostatecznie wybuchają w formie rewolucji³⁶⁸. Rewolucja jest tu postrzegana jako nieuniknione narzędzie, przez które proletariatus może obalić burżuazję i ustanowić społeczeństwo bezklasowe.

De Tocqueville skupiał się na rewolucji francuskiej, analizując jej przyczyny w kontekście zmian społecznych i politycznych we Francji przed 1789 rokiem. Tocqueville argumentował, że rewolucja była wynikiem rosnących aspiracji społecznych i politycz-

³⁶⁵ J. Goldstone, *Revolutions: A Very...*, dz. cyt., s. 19.

³⁶⁶ J. Goldstone, *Toward a Fourth...*, dz. cyt., s. 139.

³⁶⁷ J. C. Davies, *Toward a Theory...*, dz. cyt., s. 5.

³⁶⁸ K. Marks, *Przyczynek do krytyki ekonomii politycznej*, Książka i Wiedza, Warszawa, 1953, s. 5–6.

nych wśród ludności, które nie były zaspokajane przez starą strukturę polityczną i społeczną. Podkreślał również znaczenie centralizacji władzy i administracji, co według niego przyczyniło się do wybuchu rewolucji³⁶⁹.

Skocpol w swojej teorii rewolucji społecznych kładzie nacisk na struktury i sytuacje międzynarodowe jako determinanty rewolucji. W pracy „Państwa i rewolucje społeczne” argumentuje, że rewolucje są wynikiem kombinacji napięć strukturalnych wewnątrz państw i wpływów międzynarodowych. Analizując rewolucje francuską, rosyjską i chińską, wskazuje na znaczenie słabości państwowych struktur i nacisków wywieranych przez wojny lub rywalizację międzynarodową, które razem tworzą warunki sprzyjające wybuchowi rewolucji społecznej³⁷⁰.

Te trzy podejścia do przyczyn rewolucji reprezentują różnorodne perspektywy: marksistowską, liberalną i strukturalistyczną, pokazując jak różnie można interpretować zjawisko rewolucji w zależności od teoretycznych założeń i analizowanych przypadków historycznych.

Analiza historycznych rewolucji ujawnia złożoność i wielowymiarowość tych zjawisk. Różnorodność przyczyn i konsekwencji, jak również wspólne cechy i etapy, przez które rewolucje przechodzą, wskazują na ich uniwersalny charakter, mimo znaczących różnic kontekstualnych. Kluczowe dla zrozumienia rewolucji jest dostrzeżenie, że są one wynikiem narastających napięć społeczno-ekonomicznych i politycznych, które, gdy pokrywają się ze sobą, mogą prowadzić do destabilizacji i buntu.

3.3.1. Etapy rewolucji według Pitirima Sorokina

Nawiązując do omówionych przyczyn, warto zwrócić uwagę na kolejny kluczowy aspekt rewolucji – ich fazy. Rewolucje nie są jednolitymi, statycznymi zjawiskami, lecz procesami przechodzącymi przez serię etapów, od wstępnych napięć i niezadowolenia, przez eskalację konfliktu, po fazę kulminacyjną i ewentualne ustanowienie nowego porządku. Rozumienie tych etapów pozwala nie tylko na lepsze zrozumienie dynamiki konkretnych rewolucji, ale także na identyfikację potencjalnych momentów, w których możliwe jest oddziaływanie w celu deeskalacji konfliktu lub kierowania procesami społecznymi na mniej destruktywne tory. Analiza etapów rewolucji dostarcza więc nie tyl-

³⁶⁹ M.A. Sosnowski, *Plastyczność i rewolucja. De Tocqueville, Malabou, Lukacs*, „Praktyka Teoretyczna”, nr 2(28), 2018, s. 86-90.

³⁷⁰ T. Skocpol, *States and Social...*, dz. cyt., s. 48-116.

ko wiedzy teoretycznej, ale może mieć również praktyczne zastosowanie w zarządzaniu kryzysowym i polityce.

W kontekście omówionych modeli rewolucji, skupiających się głównie na przyczynach prowadzących do wybuchu rewolucji, teorie Sorokina dostarczają cennego uzupełnienia w próbie zrozumienia, dlaczego społeczeństwa decydują się na tak radykalne zmiany. Sorokin podkreśla, że kluczową bezpośrednią przyczyną rewolucji jest intensyfikacja frustracji społecznej, wynikająca z niespełnienia podstawowych potrzeb i instynktów większości społeczeństwa. Jego analiza wskazuje na fundamentalną rolę niesatysfakcjonujących warunków życiowych i ograniczeń w zaspokajaniu potrzeb³⁷¹, co znajduje odzwierciedlenie we wcześniej omawianych elementach niestabilnej równowagi społecznej takich jak napięcia gospodarcze czy niesprawiedliwość społeczna. Dodatkowo Sorokin argumentuje, że dla wybuchu rewolucji konieczne jest, aby ta frustracja i ograniczenia dotykały znaczącej części społeczeństwa, co pokazuje, jak ważne jest społeczne rozprzestrzenienie się niezadowolenia i poczucia niesprawiedliwości³⁷². To podkreśla znaczenie zbiorowej świadomości i solidarności w procesie rewolucyjnym, co łączy się z wcześniejszą analizą o roli ideologii i wspólnej narracji oporu. Te aspekty, zarówno w teorii Sorokina, jak i w analizie etapów rewolucji, ukazują złożoność procesów prowadzących do kryzysów rewolucyjnych i podkreślają znaczenie zrozumienia głębokich przyczyn społecznych napięć.

Sorokin wyróżnia dwa „nierozłączne” etapy w rewolucjonizmie procesu. Pierwszy charakteryzuje się dezintegracją istniejących systemów prawnych, moralnych oraz religijnych odruchów. Oznacza rozpad dotychczasowej struktury społecznej i wartości, które ją podtrzymywały. Z kolei drugi etap polega na odbudowie i rekonstrukcji tych systemów, lecz już na nowych, odmiennych fundamentach. Ta transformacja, zdaniem Sorokina, jest niezbędna dla pełnego zrozumienia natury zmian rewolucyjnych³⁷³.

Nicholas A. Berdyaev podziela pogląd Sorokina, podkreślając nieuchronność przejścia od rewolucji do reakcji. Twierdzi, że wszelkie rewolucje nieuchronnie prowadzą do reakcji, uznając to za ogólną zasadę historyczną. Zdaniem Bierdiajewa, dynamika ta wynika z intensywności i siły rewolucji. Im bardziej gwałtowna jest rewolucja, tym silniejsza i bardziej zdecydowana jest następująca po niej reakcja. Ta teza sugeruje, że

³⁷¹ P. Sorokin, *The Sociology...*, dz.cyt., s. 367.

³⁷² Tamże, s. 368.

³⁷³ Tamże, s. 155.

gwałtowne zmiany społeczne wywołują równie intensywne, choć często przeciwstawne procesy konsolidacyjne, które mają na celu przywrócenie porządku, choć często w nowej formie³⁷⁴.

3.3.2. Etapy rewolucji według Crane'a Brintona

Crane Brinton rozwija koncepcję Sorokina dotyczącą rewolucji, wprowadzając bardziej szczegółowy podział pierwszego etapu na dwie fazy: „Umiarkowaną”, gdzie zmiany są stopniowe i nie tak gwałtowne oraz „Radykalną”, charakteryzującą się intensywnymi i głębokimi przemianami społecznymi. Do tego schematu Brinton dodaje jeszcze fazę zwaną „Termidorem”, która symbolizuje okres ochłodzenia po gorączkowym okresie rewolucyjnych zmian, co razem tworzy czterostopniową formułę opisującą pełny cykl rewolucyjny. Ta formuła pozwala na głębsze zrozumienie dynamiki rewolucji oraz etapów, przez które przechodzi społeczeństwo w trakcie tych turbulentnych okresów³⁷⁵.

Stary porządek zazwyczaj cechuje autokratyczny reżim z kilkoma mechanizmami społecznymi lub z brakiem mechanizmów społecznych reprezentujących powstające klasy lub nowe siły społeczne. Rewolucja rozpoczyna się w momencie, kiedy stare struktury państwowe zaczynają wykazywać oznaki słabości. Gospodarcze deficyty, polityczna nieefektywność, odejście intelektualistów od wsparcia rządu, a także rosnący antagonizm klasowy między starym a nowym porządkiem są symptomami, które zapowiadają nadchodzące zmiany. Władze, nieudolne i nieskuteczne, coraz bardziej oddalają się od potrzeb i oczekiwań społeczeństwa, jednocześnie próbując, często bezskutecznie, stłumić narastające niezadowolenie³⁷⁶.

W drugim etapie na scenę wkraczają umiarkowani, którzy dążą do wprowadzenia reform i budowy nowego systemu. Charakterystyczne dla tego okresu jest tworzenie konstytucji, walka z siłami kontrewolucyjnymi oraz próby opanowania zarówno wewnętrznych, jak i zewnętrznych konfliktów. Rządy umiarkowane, mimo że zdają się być odpowiedzią na niektóre z postulatów rewolucyjnych, często napotykać na opór

³⁷⁴ N. A. Berdyaev, *The Philosophy of Inequality: Letters to my Contemner, Concerning Social Philosophy*, Frsj Publications, Mohrsville, 2015, s. 334.

³⁷⁵ C. Brinton, *The Anatomy...*, dz. cyt., s. 17.

³⁷⁶ Tamże, s. 30-33.

zarówno ze strony zwolenników starego reżimu, jak i radykałów, dążących do dalszych, bardziej zasadniczych zmian³⁷⁷.

Następnie, w trzecim etapie, inicjatywę przejmują radykałowie, którzy, niezadowoleni z tempa i zakresu przemian, dążą do bardziej radykalnych rozwiązań. Przejawia się to w przewrocie stanu, centralizacji władzy oraz eskalacji przemocy. Radykalny reżim często pogrąża kraj w chaosie, wojnie wewnętrznej lub zmaganiach z zagranicznymi przeciwnikami, jednocześnie próbując zmusić społeczeństwo do konformizmu³⁷⁸.

Ostatnia faza, „Termidor”, jest okresem, w którym następuje uspokojenie sytuacji i próby powrotu do normalności. Po okresie radykalnych turbulencji i często terroru, następuje stabilizacja, choć nie zawsze oznacza to pełny powrót do stanu sprzed rewolucji. Władzę często przejmuje nowa, silna postać, która stara się odbudować porządek, niekiedy kosztem dalszych represji³⁷⁹.

Brinton, wnikliwie analizując przebiegi rewolucji, ujawnia istotny wzorzec, według którego, mimo swojej unikalności i różnorodności kontekstów historycznych, rewolucje wykazują zaskakującą jednolitość w swojej strukturze i dynamice. Jego praca rzuca światło na cykliczność przemian rewolucyjnych, podkreślając, że niezależnie od epoki czy regionu, proces rewolucyjny zdaje się nieuchronnie podążać ścieżką od początkowego niezadowolenia społecznego i ekonomicznego, przez momenty umiarkowanej nadziei, aż po radykalizację i - ostatecznie - dążenie do stabilizacji, choć często pod dyktatorskim zarządkiem.

3.3.3. Etapy rewolucji wg Rexa Hoppera

Wśród różnorodnych teorii próbujących rozpoznać i zrozumieć naturę oraz mechanizmy rządzące procesami rewolucyjnymi, podejście Hoppera wyróżnia się szczególną systematycznością i głębią analizy. Jego metoda polega na identyfikacji i szczegółowym opisie czterech kluczowych faz, przez które przechodzą społeczności doświadczające rewolucyjnych przemian. Ten model pozwala nie tylko na zarysowanie podstawowej struktury procesu rewolucyjnego, ale również na dogłębne zrozumienie dynamiki i wzajemnych relacji między różnorodnymi grupami społecznymi, które odgrywają kluczowe role w każdym z tych etapów.

³⁷⁷ Tamże, s. 122-144.

³⁷⁸ Tamże, s. 186-192.

³⁷⁹ Tamże, s. 203.

Pierwsza faza to narastanie napięć i konfliktów wewnątrz społeczności, wynikających z nierówności, niesprawiedliwości i różnic interesów. W tym krytycznym okresie dochodzi do kumulacji niezadowolenia i rośnie świadomość potrzeby zmian, co prowadzi do formowania się różnych grup opozycyjnych.

W drugiej fazie następuje eskalacja konfliktu i otwarte wystąpienia przeciwko istniejącemu porządkowi. To czas, kiedy pojawiają się liderzy rewolucji, formułowane są cele i dokonuje się mobilizacja szerszych warstw społecznych. W tym okresie rewolucja zaczyna nabierać konkretnych kształtów, a działania rewolucyjne stają się bardziej zorganizowane.

Trzecia faza to osiągnięcie punktu kulminacyjnego, gdzie dochodzi do decydujących starć między siłami rewolucyjnymi a obrońcami starego porządku. To etap, w którym możliwe jest obalenie dotychczasowego systemu i przejęcie władzy przez rewolucjonistów. Kluczowe znaczenie mają tu strategie, determinacja i zdolność do skutecznego działania.

Ostatnia, czwarta faza to proces konsolidacji władzy i tworzenie nowego porządku społecznego, politycznego i ekonomicznego. Wymaga to od nowych liderów nie tylko zdolności do zarządzania państwem, ale również umiejętności negocjacji, kompromisu i integracji społecznej, by zapewnić stabilność i trwałość zmian.

Wszystkie te etapy, choć teoretycznie rozróżnialne, w praktyce często zachodzą równocześnie lub nakładają się na siebie, a przejścia między nimi mogą być płynne i niejednoznaczne. Model Hoppera ukazuje rewolucję jako złożony i wieloetapowy proces, w którym kluczową rolę odgrywają interakcje między różnymi grupami społecznymi oraz zdolność do adaptacji i reakcji na zmieniające się warunki³⁸⁰.

3.3.4. Etapy rewolucji według Timura Kurana

Timur Kuran pisał obszernie na temat ewolucji preferencji i instytucji³⁸¹, wnosząc znaczący wkład w badania nad ukrywanymi preferencjami³⁸², nieprzewidywalnością rewolucji społecznych, dynamiką konfliktów etnicznych, postrzeganą dyskryminacją oraz ewolucją moralności. Jego badania zagłębiają się w sposób, w jaki normy społecz-

³⁸⁰ R. Hopper, *The Revolutionary Process: A Frame of Reference for the Study of Revolutionary Movements*, „Social Forces”, vol. 28, nr 3, 1950, s. 270–279.

³⁸¹ T. Kuran, *Chameleon voters and public choice*, „Public Choice”, nr 53 (1), 1987, s. 53–78.

³⁸² T. Kuran, *Private Truths, Public Lies: The Social Consequences of Preference Falsification*, Harvard University Press, Cambridge, 1997.

ne i instytucje wpływają na zachowania jednostek i wyniki dla społeczeństw, często koncentrując się na koncepcji fałszowania preferencji, gdzie jednostki ukrywają swoje prawdziwe preferencje, aby dostosować się do oczekiwań społecznych. Ta rama teoretyczna pomaga wyjaśnić nagłość rewolucji społecznych, łącząc się bezpośrednio z teorią Kurana o nieoczekiwanych rewolucjach politycznych, która bada dynamikę rewolucji zaskakujących społeczeństwa i ich obserwatorów. Jego praca rzuca światło na złożone interakcje między osobistymi przekonaniem a presją społeczną, ukazując kluczowe mechanizmy kształtujące zmiany i stabilność społeczną³⁸³.

Rozkłada on w swoich badaniach proces prowadzący do nieoczekiwanej rewolucji na kilka kluczowych etapów, podkreślając dynamikę społeczną stojącą za masowymi zmianami politycznymi. Pierwszy etap to *kumulacja obywatelskiego niezadowolenia*. Zasadniczo jednostki mogą nie zgadzać się z polityką rządzących, lecz obawy przed reperkusjami lub ostracyzmem społecznym skutkują tym, że ich prawdziwe uczucia pozostają niewypowiedziane. To prowadzi do stworzenia ukrytego rezerwuaru niezadowolenia, niewidocznego na pierwszy rzut oka, ale głęboko zakorzenionego w społeczeństwie³⁸⁴. Drugi etap to *falszowanie preferencji*. Kiedy obywatele publicznie deklarują wsparcie dla reżimu, którego prywatnie nie popierają, dochodzi do zjawiska fałszowania preferencji. Ta dysonansowa praktyka przyczynia się do iluzji stabilności reżimu, maskując pod powierzchnią narastające niezadowolenie³⁸⁵. Trzecia faza to *model progowy działania zbiorowego*. Osobisty próg zaangażowania w działania protestacyjne lub rewolucyjne jest zmienny i zależy od percepcji siły opozycji oraz potencjalnego ryzyka i kosztów takiego zaangażowania. Decyzja o przystąpieniu do protestu może zostać podjęta po przekroczeniu tego progu, wywołanym nawet przez drobne zdarzenie, co inicjuje łańcuchową reakcję³⁸⁶. Kolejne stadium to *efekt domina*. Wczesne działania protestacyjne mogą inspirować kolejne osoby do dołączenia, zwłaszcza gdy wzrasta liczba uczestników, a percepcyjne ryzyko angażowania się zmniejsza. Proces ten może doprowadzić do błyskawicznego wzrostu liczby przeciwników reżimu, przyspieszając eskalację konfliktu³⁸⁷. Etap szósty to *wybuch rewolucyjny*. Gdy liczba uczestników protestów osiąga krytyczny poziom, może dojść do gwałtownego wybuchu rewolucyjnego

³⁸³ T. Kuran, *Sparks and...*, dz. cyt., s. 60.

³⁸⁴ Tamże, s. 63-65.

³⁸⁵ Tamże, s. 60-61.

³⁸⁶ Tamże, s. 57-60.

³⁸⁷ Tamże, s. 60-63.

- nagłego i masowego ruchu oporu, który zaskakuje zarówno obserwatorów, jak i sam reżim, często prowadząc do jego upadku³⁸⁸. Ostatnie stadium to *dynamika po rewolucji*. Po obaleniu starego porządku, nowy reżim może podejmować działania mające na celu konsolidację władzy, w tym represje i indoktrynację, aby zapobiec kontrewolucji. Te działania mogą być skierowane nie tylko przeciwko byłym sojusznikom starego reżimu, ale również przeciwko uczestnikom rewolucji, co zwiastuje kolejne wyzwania w procesie budowania nowego systemu³⁸⁹.

Te etapy ilustrują złożoność i nieprzewidywalność rewolucji, podkreślając zarówno ukryte mechanizmy społeczne, jak i bezpośrednie czynniki wywołujące gwałtowne zmiany polityczne.

Według teorii Kurana, aby doszło do rewolucji, większość populacji musi być niezadowolona ze swoich warunków życia, ale tłumi te uczucia i preferencje. Z czasem niektórzy ludzie odczuwają takie wewnętrzne napięcie, że „relatywnie niewielkie zdarzenie sprawia, że kilka osób osiąga punkt krytyczny i wychodzi na ulice, protestując. To uruchamia ukryty wózek rewolucyjny, a opozycja pędzi do władzy. Magnituda i prędkość procesu rewolucyjnego stają się ogromną niespodzianką właśnie dlatego, że masy ukrywały swoje rosnące frustracje”³⁹⁰. Bardzo ważnym punktem dla sukcesu rewolucji jest pojawienie się odpowiednich liderów z tłumu i stłumienie potencjalnych zdrajców.

Teoria Kurana o nieoczekiwanych rewolucjach politycznych skupia się na koncepcji fałszowania preferencji i wzajemnej zależności publicznych preferencji, co może prowadzić do nagłych i zaskakujących aktów rewolucyjnych. Ramy analizy rewolucji polegają na zrozumieniu rozbieżności między prywatnymi preferencjami jednostek a ich publicznym wyrazem tych preferencji, szczególnie w represyjnych środowiskach politycznych, gdzie wyrażanie sprzeciwu może być niebezpieczne. Model Kurana sugeruje, że jednostki mają rewolucyjny próg, który jest punktem, w którym zdecydują się publicznie sprzeciwić reżimowi. Próg ten jest determinowany przez prywatne preferencje, zewnętrzne koszty protestów i rozmiar publicznej opozycji. Kiedy postrzegane ryzyko podjęcia buntu spada, być może ze względu na słabnącą siłę reżimu, osoby z niższymi progami akceptacji dla uczestnictwa w rewolucji mogą czuć się zachęczone do przyłą-

³⁸⁸ Tamże, 60-63.

³⁸⁹ Tamże, 66-68.

³⁹⁰ Tamże, s. 60.

czenia się do opozycji. To może wywołać reakcję łańcuchową, w której decyzja niewielkiej liczby osób o otwartym sprzeciwie wobec władz może skutkować lawinowym przyrostem opozycji, ponieważ coraz więcej osób przekracza swoje indywidualne progi gotowości do działania i angażuje się w ruch³⁹¹.

Kuran uważa, że niewiele było systematycznych rozważań na temat tego, co robi rewolucyjny przywódca, ponieważ najbardziej popularne teorie rewolucji unikają problemu w całości. Według jego teorii, rewolucyjny przywódca pełni niezwykle istotną rolę w procesie zmiany społecznej i politycznej. Badacz zwraca uwagę na to, że nawet w sytuacjach, kiedy potencjał dla rewolucji jest wysoki, przeciętny obywatel może nie być tego świadomy. W tym momencie na pierwszy plan wysuwa się postać przywódcy rewolucyjnego – osoby, która ma nie tylko dostrzec ten ukryty potencjał, ale również umiejętnie go wykorzystać³⁹².

Przywódcą ten staje się katalizatorem zmiany, budząc w ludziach świadomość, że zmiana jest możliwa. Nie musi on posiadać szczegółowej wiedzy o rozkładzie prywatnych preferencji społecznych; wystarczy, że wyczuwa ogólne niezadowolenie. Podobnie jak przedsiębiorca, który na podstawie intuicji i ograniczonych informacji wprowadza na rynek nowy produkt, licząc na jego sukces, rewolucyjny lider stopniowo odkrywa i kształtuje preferencje społeczne w trakcie rozwoju rewolucji. Jednym z najbardziej sugestywnych przykładów roli lidera w kształtowaniu biegu wydarzeń rewolucyjnych jest postać Ajatollaha Chomeiniego podczas rewolucji irańskiej. Chomeini nie tylko przekonywał do idei zmiany, ale również skutecznie zjednywał sobie różnorodne grupy społeczne, przedstawiając się jako obrońca wartości dla każdej z nich. Jego zdolność do mobilizacji ludzi i kształtowania ich przekonań była kluczowa dla sukcesu rewolucji³⁹³.

Kuran podkreśla także, że przywódca ma za zadanie zwiększyć korzyści płynące z poparcia dla opozycji, co może obejmować różnorodne działania – od organizacji spotkań po stosowanie zastraszania. W rewolucji irańskiej obawa przed reperkusjami w przypadku sukcesu ruchu rewolucyjnego motywowała coraz więcej osób do dołączania do strajków. W swojej teorii Kuran dystansuje się też od marksistowskiej koncepcji nieuchronności rewolucji, podkreślając znaczenie strategicznego działania liderów i świadomego budowania świadomości rewolucyjnej. To podejście podkreśla, że sukces

³⁹¹ Tamże, s. 60-68.

³⁹² T. Kuran, *Sparks and...*, dz. cyt., s. 63.

³⁹³ Tamże, s. 64.

ruchu rewolucyjnego zależy nie tylko od obiektywnych warunków społeczno-ekonomicznych, ale również od umiejętności, wiedzy i działań konkretnych liderów³⁹⁴.

Podsumowując, badania Kurana rzuciły światło na mechanizmy ukrytych preferencji, nieoczekiwanych zwrotów w rewolucjach społecznych, dynamikę konfliktów etnicznych, kwestie percepcji dyskryminacji oraz rozwój norm moralnych. Prace te wskazują, jak znaczący wpływ na zachowania jednostek i ogólne wyniki dla społeczeństw mają normy społeczne oraz instytucje, zwłaszcza przez pryzmat fałszowania preferencji, gdzie ludzie ukrywają swoje autentyczne poglądy, aby dostosować się do oczekiwań społecznych. Zjawisko to pomaga zrozumieć, dlaczego rewolucje społeczne mogą zaskakiwać swoją nagłością, co znajduje odzwierciedlenie w teorii dotyczącej nieprzewidywalnych przewrotów politycznych. Analiza procesu, który prowadzi do takich rewolucji, obejmuje identyfikację kluczowych etapów: gromadzenie się niezadowolenia, fałszowanie preferencji, progowe modele działania zbiorowego, efekt domina, wybuchy rewolucyjne oraz dynamikę po rewolucji. Podkreśla to złożoność i wyzwania w przewidywaniu rewolucji, jednocześnie ukazując mechanizmy leżące u podstaw znaczących zmian i stabilności w społeczeństwie.

W dalszej części pracy zostanie pokazana znacząca rola, jaką media odegrały w rewolucjach, zarówno w przeszłości, jak i w czasach współczesnych, opierając analizę na teorii Kurana. Koncepcje dotyczące kumulacji niezadowolenia obywateli, fałszowania preferencji, progów zaangażowania w działania zbiorowe, efektu domina, nagłego wybuchu rewolucyjnego oraz dynamiki po rewolucji dostarczają kluczowego kontekstu do zrozumienia, jak media wpływały na przebieg i wyniki rewolucji. Badanie to zagłębi się w sposób, w jaki media, zarówno te historyczne, jak i współczesne, przyczyniały się do kumulacji obywatelskiego niezadowolenia, umożliwiając szybki przepływ informacji i ułatwiając organizację protestów. Zostanie również zbadany wpływ mediów na fałszowanie preferencji społecznych, zwłaszcza w reżimach autorytarnych, gdzie media służą jako narzędzie propagandy i cenzury, a także rola mediów w obniżaniu progów zaangażowania poprzez pokazywanie siły i organizacji opozycji. Ponadto, oprócz analizy efektu domina, jaki media mogą wywołać, inspirując kolejne osoby do dołączenia do ruchu, zostanie zbadana ich rola w dynamice porewolucyjnej, zarówno w kontekście konsolidacji nowej władzy, jak i pełnienia funkcji jako platforma dla opozycji.

³⁹⁴ Tamże, s. 65.

Ważnym aspektem tej analizy będzie również zrozumienie, jak media wspierają przywództwo rewolucyjne, umożliwiając liderom szerzenie ich przekazu, budowanie autorytetu i organizowanie akcji protestacyjnych. Stosując teorię Kurana do analizy roli mediów w rewolucjach, zostanie uwypuklone, jak kluczowe jest zrozumienie różnych mechanizmów wpływających na masowe ruchy społeczne i polityczne, ukazując złożoną rolę, jaką media pełnią zarówno dla władz, jak i opozycji w kontekście rewolucji.

3.4. Podsumowanie

Podsumowując, rozważania zawarte w rozdziale trzecim, poświęcone istocie oraz znaczeniu światopoglądowemu pojęcia „rewolucji”, można stwierdzić, że rewolucje stanowią kluczowe momenty przełomowe w historii ludzkości, wyrażając się poprzez radykalne i gwałtowane zmiany w strukturze społecznej, politycznej i ekonomicznej. Przeanalizowane zostały ich przyczyny oraz etapy, przez które rewolucje przechodzą, podkreślając ich wielowymiarowy charakter oraz skomplikowane konsekwencje społeczne. Rewolucje zostały ukazane jako procesy niejednorodne, podlegające wpływom zarówno wewnętrznym, jak i zewnętrznym, gdzie ważną rolę odgrywają między innymi kumulacja obywatelskiego niezadowolenia, fałszowanie preferencji, model progowy działania zbiorowego, efekt domina, wybuch rewolucyjny oraz dynamika po rewolucji.

Kluczowe teorie i modele teoretyczne, takie jak te zaproponowane przez Sorokina, Brintona, Hoppera czy Kurana, pozwoliły na głębsze zrozumienie mechanizmów leżących u podstaw rewolucji. Wszystkie teorie wskazują na znaczenie społecznych, ekonomicznych, politycznych, a także psychologicznych czynników, które razem wpływają na dynamikę i kierunek zmian rewolucyjnych. Rozważania te są kluczowe do zbadania, w jaki sposób media, zarówno tradycyjne, jak i nowoczesne, przyczyniają się do kształtowania świadomości społecznej, mobilizacji uczestników rewolucji oraz propagowania idei rewolucyjnych.

Rozdział ten podkreślił również, że sukces rewolucji zależy nie tylko od jej zdolności do przeprowadzenia głębokich zmian, ale również od stopnia, w jakim potrafi ona mobilizować społeczeństwo i wywołać w nim przekonanie o możliwości i potrzebie zmiany. W kontekście współczesnym, zauważalna jest rola mediów w kształtowaniu świadomości społecznej oraz w mobilizacji i organizacji działań rewolucyjnych, co jeszcze bardziej podkreśla złożoność i wieloaspektowość zjawiska rewolucji.

W niniejszym rozdziale udało się ukazać, jak skomplikowanym i dynamicznym procesem jest rewolucja, wymagającym zrozumienia nie tylko jej bezpośrednich przyczyn, ale i głęboko zakorzenionych napięć społecznych, które ją motywują. Rewolucje, mimo że mogą przybierać różne formy i być wywoływane przez różnorodne przyczyny, mają wspólny mianownik w postaci dążenia do zmiany i przewartościowania istniejących porządków. Analizując złożoność i wielowymiarowość rewolucji jako procesu społecznego, rozdział stanowi fundament do dalszego badania roli mediów w epoce informacyjnej. W erze, gdzie dostęp do informacji i możliwości ich szybkiego rozpowszechniania są większe niż kiedykolwiek, zrozumienie interakcji między mediami a procesami rewolucyjnymi staje się kluczowe dla pełnego pojmowania mechanizmów zmian społecznych i politycznych.

Głównym celem rozprawy jest zrozumienie i opisanie roli oraz wpływu mediów na współczesne rewolucje przez zbadanie czy rewolucje ulegają mediatyzacji. Rozdział trzeci przyczynił się do realizacji tego celu, przedstawiając rewolucje jako dynamiczne procesy transformacyjne, które obejmują radykalne zmiany w strukturach społecznych, politycznych i ekonomicznych. Dzięki temu kontekstowi, można lepiej zrozumieć, jak media mogą wpływać na te procesy, relacjonując je, ale również aktywnie kształtując ich przebieg i wynik. Analiza mediatyzacji rewolucji, oparta na podstawach teoretycznych zaprezentowanych w tym rozdziale, pozwoli nie tylko na głębsze zrozumienie wpływu mediów na przebieg i wyniki rewolucji, ale także na identyfikację nowych wyzwań i możliwości, jakie niesie ze sobą współczesny krajobraz medialny. Rozważania te są niezbędne do zrozumienia nie tylko historycznych przebiegów rewolucji, ale również do analizy współczesnych i przyszłych ruchów rewolucyjnych w kontekście globalnej wioski informacyjnej.

Rozdział 4

Udział i rola mediów w rewolucjach

W dniu 17 listopada 1830 roku grupa nowojorskich drukarzy zebrała się, by uczcić niedawno zakończoną rewolucję lipcową we Francji i ogłosić: „uznaje się, że głównie dzięki prasie i osobom bezpośrednio z nią związanym dokonała się ta ważna i wspaniała rewolucja we Francji - rewolucja, która z pewnością wstrząśnie każdym despotyzmem w starym świecie”³⁹⁵. Dla nowojorskich drukarzy bezpośredni związek między rewolucją a środkami masowej komunikacji wydawał się oczywisty. Podobnie jak kluczowa była rola dziennikarzy, których słowa pojawiały się w druku, i drukarzy, którzy umożliwiali ich powielanie. Nowojorscy drukarze z 1830 roku rozumieli rolę mediów komunikacyjnych w kryzysach rewolucyjnych lepiej niż wielu współczesnych historyków - w historiografii współczesnych rewolucji badania nad mediami były często spychane na drugi plan.

Kryzysy rewolucyjne lat 80. zwróciły ponownie uwagę na rolę, jaką w takich sytuacjach odgrywają media komunikacyjne. Filipińska rewolucja „władzy ludowej” z 1986 roku, okupacja placu Tiananmen przez chińskich studentów w 1989 roku oraz zburzenie muru berlińskiego w tym samym roku były „wydarzeniami medialnymi”, których znaczenie i wpływ na cały świat w dużej mierze wynikały z siły przekazu medialnego, jaki wygenerowały. Rozdział ten przedstawia udział i rolę mediów w rewolucjach na przestrzeni wieków, począwszy od rewolucji angielskiej z 1640 roku a skończywszy na ruchu „żółtych kamizelek” we Francji. W niniejszym rozdziale skupiono się na głębszej analizie roli, jaką media odegrały w rewolucjach na świecie oraz na relacji między tymi dwoma czynnikami.

³⁹⁵ M. Moses, *Full annals of the Revolution in France, 1830 : To which is added, A full account of the celebration of said revolution in the city of New-York, on the 25th November, 1830 : being the forty-seventh anniversary of an event that restored our citizens to their homes, and to the enjoyment of their rights and liberties*, J.&J. Harper, Nowy Jork, 1830, s. 22.

Analiza rewolucji jest złożonym przedsięwzięciem, które wymaga uwzględnienia wielu czynników politycznych, społecznych i ekonomicznych. Wybór rewolucji do analizy w tej rozprawie opiera się na przedstawionej w poprzednim rozdziale teorii T. Kurana, której kluczowe aspekty obejmują dynamikę ukrywanych preferencji, moment progowy działania zbiorowego oraz nieprzewidywalność wybuchów społecznych. Teoria Kurana dostarcza ram teoretycznych do zrozumienia, w jaki sposób pozornie stabilne społeczeństwa mogą nagle i niespodziewanie doświadczyć gwałtownych zmian politycznych. Kuran zauważa, że jednostki mogą odczuwać niezadowolenie z istniejących warunków politycznych, ale ukrywają swoje prawdziwe odczucia z obawy przed reperkusjami, co prowadzi do istnienia ukrytego rezerwuaru niezadowolenia.

Aby wybrane rewolucje mogły zostać włączone do analizy w kontekście teorii Kurana, musiały one osiągnąć przynajmniej etap „momentu progowego działania zbiorowego”³⁹⁶. Jest to kluczowy moment w procesie rewolucyjnym, który sygnalizuje przejście od ukrytego niezadowolenia do otwartego sprzeciwu. Społeczeństwo musi wykazywać oznaki niezadowolenia, które są ukrywane przed publicznym widokiem z obawy przed represjami. Musi istnieć wyraźna rozbieżność między prywatnymi a publicznymi preferencjami jednostek, tworząca iluzję stabilności porządku publicznego. Musi wystąpić moment, w którym jednostki decydują się na otwarty sprzeciw, co prowadzi do masowych protestów i działań rewolucyjnych. Wczesne działania protestacyjne muszą inspirować kolejne osoby do dołączenia, przyspieszając eskalację konfliktu.

Kolejnym kryterium wyboru rewolucji była analiza literatury przedmiotowej oraz przypadków rewolucyjnych, w których media odgrywały znaczącą rolę jako katalizatory zmian społeczno-politycznych. Proces zgromadzenia kluczowych prac naukowych został przeprowadzony poprzez systematyczne przeszukiwanie baz danych i czasopism naukowych, koncentrując się na artykułach, których tytuły, abstrakty lub słowa kluczowe zawierały terminy związane z mediatyzacją rewolucji, takie jak „rewolucja”, „mediatyzacja” oraz konkretne nazwy mediów. Kryteria wyboru literatury były ściśle związane z potrzebą zrozumienia roli mediów społecznościowych w kształtowaniu nowoczesnych ruchów rewolucyjnych, ich zdolności do wpływania na publiczne dyskursy oraz wkładu tych technologii komunikacyjnych w zmiany struktur władzy i relacji społecznych. Przegląd literatury obejmował również analizę wpływu mediów tradycyjnych

³⁹⁶ T. Kuran, *Sparks and...*, dz. cyt., s. 57-60.

na rewolucje przed erą Internetu, gdzie prasa, radio i telewizja odegrały kluczową rolę w informowaniu społeczeństwa, mobilizowaniu mas i kształtowaniu opinii publicznej. Preferowane były prace opublikowane w recenzowanych czasopismach naukowych, aby pogłębić rozumienie roli mediów w kontekście rewolucyjnym oraz zidentyfikować potencjalne obszary niezbadane. Takie podejście umożliwiło zbadanie dowodów w literaturze, koncentrując się na wpływie mediatyzacji na procesy rewolucyjne i rozwój teoretycznych ram badawczych. Na podstawie przeglądu literatury i analizy dostępnych badań wyselekcjonowano konkretne rewolucje, które szczegółowo omówiono, kierując się ich znaczeniem historycznym, dostępnością danych empirycznych oraz potencjałem do ilustracji różnorodnych aspektów mediatyzacji. Wybrane rewolucje stanowią reprezentatywny przekrój przez różne epoki i regiony, co pozwoliło na dogłębne zrozumienie wpływu mediów na dynamikę tych wydarzeń oraz wyciągnięcie wniosków dotyczących roli mediów społecznościowych i innych platform komunikacyjnych w mobilizacji społecznej, kształtowaniu opinii publicznej oraz procesach rewolucyjnych, podkreślając ich wpływ na nowoczesne społeczeństwa.

Rozdział ten, przedstawiając udział i rolę mediów w rewolucjach na przestrzeni wieków, skupia się na głębszej analizie ich wpływu na rewolucje angielską z 1640 roku, amerykańską z 1775 roku, październikową w Rosji, kubańską, filipińską z 1986 roku oraz wiele innych, aż po współczesne wydarzenia, takie jak pomarańczowa rewolucja na Ukrainie i zielona rewolucja w Iranie w 2009 roku. Rozważania te ilustrują, jak media tradycyjne, takie jak prasa, radio i telewizja, oraz nowoczesne media społecznościowe odegrały kluczową rolę w kształtowaniu przebiegu rewolucji i mobilizacji społecznej na całym świecie.

4.1. Rewolucja angielska z 1640 roku

Angielska wojna domowa, która miała miejsce w połowie XVII wieku między królem Karolem I i jego siłami znanymi jako „the Cavaliers” z jednej strony, a Parlamentem i jego siłami „the Roundheads” z drugiej strony, jest jednym z najbardziej fascynujących okresów w historii Wielkiej Brytanii. Z punktu widzenia historii mediów wojna domowa jest ważna jako czas, w którym to prasa po raz pierwszy pojawiła się w celu rejestrowania i relacjonowania dramatycznych wydarzeń dla coraz bardziej spragnionego wiadomości społeczeństwa.

Do niedawna historycy zakładali, że w XVII wieku brytyjskie „masy” nie miały dostępu do mediów i informacji o aktualnych wydarzeniach z powodu powszechnego

analfabetyzmu i fizycznej niedostępności odległych regionów kraju. Badania wskazują jednak, że bardziej niż kiedykolwiek wcześniej media były wszechobecnymi aspektami siedemnastowiecznego społeczeństwa brytyjskiego i istniał bezprecedensowy wachlarz informacji dostępnych dla tych, którzy tego chcieli. 30% męskiej populacji na wsi potrafiło czytać, podczas gdy w Londynie wskaźnik piśmiennictwa wśród mężczyzn wynosił 78%. Nawet w najniższych klasach, prawdopodobnie ponad 20% mężczyzn w skali kraju potrafiło czytać³⁹⁷.

Jak nigdy w historii Wielkiej Brytanii, w przededniu wojny domowej „zwykli ludzie byli częścią rozbudowanej sieci informacji”³⁹⁸. Nastąpił wtedy nagły wzrost produkcji prasy. Było to możliwe dzięki załamaniu się cenzury po spotkaniu Długiego Parlamentu pod koniec 1640 roku. W wyniku tego załamania nastąpił wielki rozwój druku, głównie broszur omawiających szeroki zakres tematów politycznych, konstytucyjnych i religijnych. Można stwierdzić, że rewolucji angielskiej połowy XVII wieku prawdopodobnie towarzyszyła równoczesna rewolucja medialna³⁹⁹. Mając na uwadze nową powszechną dostępność prasy drukarskiej, nie dziwi fakt, że odegrała ona istotną rolę w wybuchu konfliktu zbrojnego. Przed upadkiem rządowej cenzury na początku 1641 roku, mniej lub bardziej rygorystyczne przepisy dotyczące kontroli przekazu informacji skutecznie utrudniały wszystkie formy komunikacji. W przypadku materiałów drukowanych przepisy z XVI wieku wymagały skomplikowanego systemu licencjonowania – każda przyszła publikacja musiała być licencjonowana przez cenzora, a następnie wpisana do rejestru Stationera. Po 1637 roku materiały drukowane musiały zawierać nazwisko osoby, która zatwierdziła publikację. Egzekwowanie tych praw podlegało jurysdykcji Izby Gwiazdzistej, „królewskiego sądu prerogatywnego”, który mógł karać przestępców grzywnami, więzieniem lub różnymi rodzajami okaleczania ciała. Na początku 1641 roku Parlament rozwiązał sądy prerogatywne Karola I, w tym Izbę Gwiazdzistą, usuwając mechanizmy, za pomocą których cenzura i prawa licencyjne były egzekwowane⁴⁰⁰.

³⁹⁷ Por. D. Cressy, *Literacy and the Social Order: Reading and Writing in Tudor and Stuart England*, Cambridge, 1980 s. 118-141.

³⁹⁸ Ch. Hill, *Political Discourse in Seventeenth Century England*, [w:] *Politics and People in Revolutionary England*, Colin James (red.), Basil Blackwell Ltd., Oxford, 1986, s. 164.

³⁹⁹ T. Harris, *Propaganda and Public Opinion in Seventeenth-Century England*, [w:] *Media and Revolution*, J.D. Popkin (red.), The University Press of Kentucky, Lexington, 1995, s. 48-52.

⁴⁰⁰ <https://encyklopedia.pwn.pl/haslo/Izba-Gwiazdzista:3915873.html> 20.09.2024

Od tego momentu Anglia była świadkiem najbardziej efektywnego udziału społeczeństwa w polityce krajowej, aż do chwili, gdy w sierpniu 1642 roku Parlament odzyskał kontrolę⁴⁰¹ nad materiałami drukowanymi. W swojej pracy „Freedom of the Press in England, 1476-1776: The Rise and Decline of Government Controls” Frederick Siebert dzieli się danymi statystycznymi dotyczącymi ilości wydrukowanych produktów: „Analiza zachowana w kolekcji Thomasona w British Museum pokazuje, że chociaż w 1640 roku wydano tylko 22 broszury, w każdym z kolejnych czterech lat wydano ponad 1000 egzemplarzy. Rekordowa liczba 1966 ukazała się w 1642 roku”⁴⁰².

Pierwszy znany przykład angielskiego „newsbooka” poświęconego angielskim wiadomościom trafił do sprzedaży 29 września 1641 roku, gdzieś w sąsiedztwie Holborn lub Farringdon w Londynie. Był zatytułowany „The Heads of Severall Proceedings in this Present Parliament from the 22 of November, to the 29. 1641.”⁴⁰³. Składał się z ośmiu stron wiadomości krajowych i zawierał głównie relacjonowanie wydarzeń i dyskusji w Parlamencie. Został on opublikowany przez Johna Thomasa i napisany przez Samuel’a Pecke’a, „pierwszego z patriarchów angielskiego dziennikarstwa – pierwszego człowieka piszącego wiadomości wyłącznie po angielsku”⁴⁰⁴. Był to również początek jednej z najbardziej dramatycznych faz w historii prasy. Jak zauważa Martin Conboy: „Ubodzy drukarze, którzy (...) byli od dawna wykluczeni przez połączenie przywilejów królewskich i ograniczeń Stationers' Company, wskoczyli w karnawał eksperymentów, propagandę i brak szacunku dla przeciwników politycznych. Wzrosła liczba plagiatów, ponieważ wszyscy próbowali dostarczyć czytelnikom najnowszych i najpełniejszych wiadomości”⁴⁰⁵.

Ognista retoryka większości broszur wspierała i pogłębiała stereotypy, które przyczyniały się do narastającego rozwarstwienia między zwolennikami króla a siłami po-

⁴⁰¹ W celu zapewnienia zgodności, zatwierdzone książki miały być "wpisane do Księgi Rejestracyjnej" Stationerów, którzy byli "upoważnieni i zobowiązani" do pracy z urzędnikami parlamentarnymi w poszukiwaniu i konfiskacie. Podobnie jak dawne sądy prerogatywne, domy przyjmowałyby "taki Kurs ... ze wspomnianymi Przystępcami, jak będzie sprawiedliwy". M. Mendle, *Grub Street and Parliament at the Beginning of the English Revolution*, [w:] *Media and Revolution*, J.D. Popkin (red.), The University Press of Kentucky, Lexington, 1995 s.40.

⁴⁰² F. Siebert, *Freedom of the Press in England, 1476-1776: The Rise and Decline of Government Controls*, University of Illinois Press, Urbana IL, 1952, s. 180.

⁴⁰³ E. Haig, *Ideology and Propaganda in English Civil War News: A Study in Historical Media Discourse Based on Thomason Tracts*, https://nagoya.repo.nii.ac.jp/record/20761/files/stums_7_1.pdf 26.11.2019.

⁴⁰⁴ J. G. Muddiman, *The Beginnings of English Journalism*, [w:] *The Cambridge history of English Literature*, A.W. Ward, A.R. Waller (red.), Cambridge, 1911, s.347.

⁴⁰⁵ M. Conboy, *Journalism. A Critical History*, SAGE Publications, Londyn, 2004, s. 30.

pierającymi Parlament. Autorzy broszur często ślepo opowiadali się po jednej ze stron w zależności od tego, czy zakładali, że katolicyzm był większym zagrożeniem dla Anglii (a tym samym sprzeciwiał się królowi Karolowi), czy też purytanizm (wspierający króla Karola)⁴⁰⁶. Jakkolwiek radykalne wydawały się odczucia autorów, nigdy jednak otwarcie nie uznali oni możliwości prowadzenia wojny.

Rozbicie narodu na diametralnie przeciwstawne strony zostało dokonane przez udział mediów - ich wyolbrzymioną konstrukcję wydarzeń i grę na uczuciach. Obie strony systematycznie zachęcały do propagandowego uczestnictwa w miarę dojrzewania konfliktu. Media przedstawiały naród jako zasadniczo podzielony i przedstawiały strony z przejaskrawionymi stereotypami, które ostatecznie trafiły do umysłów społeczeństwa⁴⁰⁷. Kryzysy, które mogły zostać zażegnane, były zatem postrzegane jako o wiele bardziej krytyczne niż było to konieczne, a kompromis okazał się niemożliwy⁴⁰⁸.

Wydarzenia angielskiej rewolucji 1640 roku nauczyły członków elity rządzącej znaczenia wykorzystania mediów na rzecz własnej sprawy. Polityczni rywale zdali sobie sprawę, że jedna z ważniejszych potyczek rewolucyjnych to walka o serca i umysły narodu, a tę walkę nie sposób wygrać bez wsparcia przychylnych mediów.

4.2. Rewolucja amerykańska z 1775 roku

Gazety jako jedyne środki masowego przekazu w XVIII wieku podsycaly bunt kolonialny, podtrzymywały lojalność wobec sprawy i pomagały w amerykańskim zwycięstwie. Wielokrotnie zwracano uwagę na zdolność prasy do mobilizowania opinii publicznej poprzez emocjonalne zaangażowanie czytelników. W miarę narastania napięć w ciągu dekady poprzedzającej pierwsze strzały w Lexington, coraz większego znaczenia nabierały tygodniki. „W żadnym kraju na świecie, nawet w Wielkiej Brytanii”, jak stwierdzono w esejju opublikowanym w „Philadelphia Gazette” w 1794 roku, „prasa nie jest tak powszechnie dostępna i szeroko rozpowszechniana wśród społeczeństwa, jak ma to miejsce w Ameryce”⁴⁰⁹. Ze względu na brak stabilizacji politycznej i słabe prze-

⁴⁰⁶ S. Clark, *The Elizabethan Pamphleteers: Popular Moralistic Pamphlets 1580-1640*, Athlone Press Limited, Londyn, 1941, s. 17 – 40.

⁴⁰⁷ T. Harris, *Propaganda and Public...*, dz.cyt. s. 52.

⁴⁰⁸ A. Griscom, *Trends of Anarchy and Hierarchy: Comparing the Cultural Repercussions of Print and Digital Media*, <http://www.cyberartsweb.org/cpace/infotech/asg/contents.html> 27.11.2019.

⁴⁰⁹ J. A. Smith, *The Enticements of Change and America's Enlightenment Journalism*, [w:] *Media and Revolution*, J.D. Popkin (red.), The University Press of Kentucky, Lexington, 1995, s. 75-80.

konanie o jedności trzynastu kolonii amerykańskich, druk działał jako czynnik wiążący, który zmniejszył niebezpieczeństwo, że kolonie nie będą się wzajemnie wspierać, gdy w 1775 roku wybuchła wojna z Wielką Brytanią. Historie, które pojawiały się w każdej z gazet, były „wymieniane” z innymi gazetami w różnych miastach, tworząc jednolity efekt podobny do działań współczesnej agencji informacyjnej. System wymiany informacji pozwolił na pojawienie się tej samej historii w całej Ameryce Północnej i zapewnił rewolucjonistom poczucie jedności. O znaczeniu słowa drukowanego podczas rewolucji świadczą słowa Benjamina Rusha. 4 września 1781 roku w liście do generała Greene'a napisał on, że gazeta „w obecnym stanie rzeczy byłaby równa co najmniej dwóm pułkom”⁴¹⁰.

W kluczowych latach 1772-1774 powstały setki Komitetów Korespondencyjnych (Committees of Correspondence)⁴¹¹, ułatwiających komunikację i nagłaśniających żądania niezadowolonych mieszkańców kolonii. Połączyły one prowincje w sieć, co ostatecznie doprowadziło do Kongresu Kontynentalnego, na którym przedstawiciele zaczęli wypowiadać się przeciwko Wielkiej Brytanii jednym głosem.

Procesy polityczne rewolucji amerykańskiej były kształtowane przez dwa główne rodzaje wydawnictw: broszury i gazety. Broszury stały się strategicznymi nośnikami idei podczas kryzysu imperialnego. Ich autorzy pouczali społeczeństwo kolonialne, że wolność polityczna i osobista są zagrożone, ponieważ brytyjscy imperialni reformatorzy starali się pozbawić je ich naturalnych praw. Na początku rewolucji na kontynencie amerykańskim wydawane było również kilkadziesiąt tytułów gazet, z których każda publikowała czterostronicowy numer raz w tygodniu. Mimo że gazety te na początku XVIII wieku koncentrowały się na wiadomościach z sądów i europejskich stolic, wraz z pogłębiającym się kryzysem imperialnym zaczęły pojawiać się wiadomości z innych kolonii. Te cotygodniowe gazety były najważniejszym nośnikiem wiadomości, infor-

⁴¹⁰ T. Andrlik, *Revolutionary News: 10 Breaking Stories*, <https://allthingsliberty.com/2013/09/american-revolution-news-10-breaking-reports/>, 09.12.2019.

⁴¹¹ The Committees of Correspondence były tymczasowymi rządami kryzysowymi ustanowionymi w odpowiedzi na politykę brytyjską w przededniu rewolucji amerykańskiej w obrębie Trzynastu Kolonii. Dodatkowo, The Committees of Correspondence służyły jako rozległa sieć komunikacji pomiędzy przywódcami Trzynastu Kolonii. Na skraju Amerykańskiej Rewolucji, Komitety Korespondencji powstawały w miastach i regionach w całych koloniach amerykańskich. <https://www.britannica.com/topic/Committees-of-Correspondence>, 6.12.2019.

mującym mieszkańców kolonii o wydarzeniach oddalonych od nich o setki kilometrów⁴¹².

Przywódcy rewolucji doskonale rozumieli rolę mediów. Samuel Adams, według J. C. Millera, manipulował drukiem, aby zmusić bostońskie tłumy do wykonania jego rozkazu. Był on nie tylko wybitnym bostońskim pamphleciarzem tego okresu, ale również architektem całego systemu Komitetów Korespondencyjnych, które okazały się skutecznym narzędziem propagandy i działania na rzecz zbuntowanych kolonistów⁴¹³.

George Washington doceniał ogromną moc słowa drukowanego, zwłaszcza gdy chodziło o wywieranie wpływu na opinię publiczną. Bruce Chadwick napisał w „Wojnie Waszyngtona”, że pomoc prasy była kolejną częścią zimowej strategii Waszyngtona z 1777 roku. Generał czytał tyle gazet, ile tylko mógł; miał przyjaciół we wszystkich większych miastach, którzy wysyłali mu lokalne gazety. Czytał je, aby dowiedzieć się, co prasa i opinia publiczna sądzą o wojsku i o nim, ale także aby ustalić, co planują Brytyjczycy⁴¹⁴.

Wielu historyków twierdzi, że bez gazet nie byłoby rewolucji amerykańskiej. Według Davida Ramsaya, jednego z pierwszych naukowców opisujących amerykańską rewolucję, „w uzyskaniu przez Amerykę niepodległości, pióro i prasa miały zasługę równą mieczowi”, a druk zajmuje centralne miejsce w interpretacjach przyczyn i skutków rewolucji⁴¹⁵.

4.3. Rewolucja francuska z 1789 roku

Rewolucja francuska, zapoczątkowana w 1789 roku, stanowi jedno z kluczowych wydarzeń w historii politycznej i społecznej Europy. Jej skutki wywarły długotrwały wpływ na kształtowanie się nowoczesnych struktur państwowych oraz ideologii politycznych. Obalenie monarchii absolutnej, wprowadzenie Deklaracji Praw Człowieka i Obywatela, a także próba ustanowienia republikańskiego systemu rządów na bazie równości wobec prawa i wolności obywatelskich, wyznaczyły nowy kierunek rozwoju politycznego. Rewolucja francuska przekształciła nie tylko wewnętrzną organizację pań-

⁴¹² R. Parkinson, *Print, the Press and the American Revolution*, Oxford Research Encyclopedia, Oxford University Press, 2015, s. 1.

⁴¹³ J.C. Miller, *Sam Adams: Pioneer in Propaganda*, Little, Brown and Company, Boston, 1936.

⁴¹⁴ B. Chadwick, *George Washington's War: The Forging of a Revolutionary Leader and the American Presidency*, Sourcebooks Inc., Naperville IL, 2004 s. 113.

⁴¹⁵ D. Ramsay, *The History of the American Revolution*, Liberty Fund, Indianapolis, 1990, s. 633-634.

stwa francuskiego, ale stała się także katalizatorem zmian w innych krajach europejskich, prowadząc do szerokiej dyfuzji idei demokratycznych. Z jednej strony, rewolucja ustanowiła fundamenty nowoczesnego systemu prawnego opartego na równości obywateli wobec prawa, z drugiej zaś, jej najbardziej radykalny okres – znany jako czas terrorku – doprowadził do masowych represji, destabilizacji państwa oraz narodzin autorytarnych tendencji, które znalazły kulminację w dyktaturze Napoleona Bonaparte. Rewolucja, mimo swoich sprzeczności i tragicznych skutków, stworzyła jednak wzór dla przyszłych ruchów rewolucyjnych i emancypacyjnych, kształtując ideowe fundamenty nowoczesnej demokracji⁴¹⁶.

W czasie rewolucji francuskiej w 1789 roku prasa odegrała kluczową rolę w kształtowaniu nowej dynamiki politycznej i społecznej. Należy podkreślić, że wydarzenia tego okresu nie tylko zmieniły krajobraz polityczny Francji, ale również wprowadziły nową jakość w sferze komunikacji medialnej. Przed zwołaniem Stanów Generalnych funkcjonował jedynie jeden dziennik autoryzowany przez rząd „Journal de Paris”. Jednakże w ciągu kilku miesięcy od rozpoczęcia obrad w Wersalu powstały dziesiątki nowych czasopism, co doprowadziło do ukształtowania się prasy jako najistotniejszej formy literatury politycznej w kraju⁴¹⁷. Doprowadziło to do gwałtownego wzrostu liczby publikacji i intensyfikacji politycznych debat publicznych. W wyniku tej zmiany, prasa rewolucyjna stała się jednym z najważniejszych narzędzi mobilizacji społecznej, a także przestrzenią do formowania nowej, zaangażowanej opinii publicznej⁴¹⁸. Dziennikarze stali się aktywnymi uczestnikami wydarzeń politycznych, bezpośrednio angażującymi się w politykę, a ich publikacje zaczęły pełnić rolę nie tylko informacyjną, ale również retoryczną i perswazyjną. Przykładem tego jest działalność Camille’a Desmoulinsa, który podczas przemówień w Palais-Royal nie tylko informował tłumy, ale także je inspirował i mobilizował do działania. Prasa rewolucyjna wchodziła w nową fazę bezpośredniego kontaktu z masami, co doprowadziło do wykształcenia intensywnych relacji między dziennikarzami a społeczeństwem⁴¹⁹. W kontekście rewolucyjnych

⁴¹⁶ S. Salmonowicz, *Rewolucja Francuska: blaski i cienie dziedzictwa*, „Przegląd Historyczny”, nr 81/1-2, 1990, s. 75-85.

⁴¹⁷ J. D. Popkin, *The Newspaper Press in French Political Thought, 1789–99*, „Studies in Eighteenth-Century Culture”, vol. 10, 1981, s. 113

⁴¹⁸ P. Retat, *The Revolutionary Word in the Newspaper in 1789*, [w:] *Media and Revolution*, J.D. Popkin (red.), The University Press of Kentucky, Lexington, 1995, s. 90.

⁴¹⁹ J.T. Gilchrist, *The Press in the French Revolution*, Ardent Media, Nowy Jork, 1971, s. 18-20.

przemian prasa nie tylko relacjonowała wydarzenia, ale również aktywnie je kreowała. Dziennikarze nie pełnili wyłącznie funkcji obserwatorów; ich teksty stanowiły aktywne narzędzie polityczne, które niejednokrotnie wzmacniało nastroje rewolucyjne. Prasa zaczęła pełnić funkcję quasi-religijną, będąc dla wielu obywateli swego rodzaju „świętym” tekstem rewolucji. Rola dziennikarza była utożsamiana z rolą patriotycznego pisarza, a ich słowa miały moc napędzania rewolucyjnych zmian⁴²⁰. Na przykład teksty Jeana-Paula Marata, pełne pasji i emocjonalnego zaangażowania, stały się symbolami oporu wobec władzy arystokratycznej i mobilizacji do walki z nią⁴²¹.

Styl dziennikarski tego okresu uległ głębokiej transformacji. W przeciwieństwie do instytucjonalnej prasy z okresu Ancien Régime, nowe gazety charakteryzowały się bardziej bezpośrednim, emocjonalnym i zaangażowanym tonem. Dziennikarze rewolucyjni przyjęli rolę trybunów ludowych, co było widoczne w tekstach takich postaci jak Bonville, Marat czy Carra. Gazety takie jak „Révolutions de Paris” pełniły funkcję oratorów rewolucji, kierując swoje teksty do szerokich mas społecznych, które do tej pory nie miały dostępu do politycznej debaty. Nie były one jedynie źródłem informacji, ale przede wszystkim narzędziem agitacji i incydentów politycznych. Ich styl retoryczny, pełen wezwania do działania, eksponował głęboko zakorzenione nastroje społeczne i sprzeciw wobec starego porządku. Dzięki temu prasa stała się potężnym środkiem wyrażania nastrojów rewolucyjnych i oddziaływania na opinię publiczną⁴²².

Prasa, przez swoją emocjonalną narrację i bezpośrednie apele do obywateli, stała się także narzędziem legitymizacji rewolucyjnych działań. Autorzy tekstów często przedstawiali siebie jako przewodników rewolucji, co dawało ich słowom wyjątkowy autorytet i siłę oddziaływania. Jednym z istotnych aspektów analizy jest zwrócenie uwagi na idealizowanie prasy w okresie rewolucji. Gazety zyskiwały na znaczeniu do tego stopnia, że ich rola w kreowaniu rzeczywistości rewolucyjnej stawała się przesadnie podkreślana. Prasa nie tylko relacjonowała rzeczywistość, ale wręcz ją współtworzyła, co nadawało jej nadmierną pewność siebie i status niemalże sacrum w kontekście rewolucji. W rezultacie gazety były traktowane jako narzędzie o nieograniczonej mocy, zdolne do kształtowania biegu wydarzeń politycznych. W tym kontekście prasa rewolucyjna w 1789 roku staje się potężnym narzędziem walki politycznej, które zmieniało się zarów-

⁴²⁰ P. Retat, *The Revolutionary Word...*, dz. cyt., s. 94

⁴²¹ Tamże, s. 92

⁴²² J.T. Gilchrist, *The Press...*, dz. cyt., s. 7

no pod względem formy, jak i funkcji. Prasa była „bronią” w rękach rewolucji – środkiem, który nie tylko informował, ale także mobilizował, formował i kształtował nowe formy obywatelstwa.

4.4. Rewolucja październikowa z 1917 roku

Bolszewicy wygrali wojnę domową, ponieważ okazali się lepsi od swoich przeciwników w dwóch kluczowych obszarach walki: organizacji i propagandy. Rozprowadzana w Rosji po rozpoczęciu rewolucji październikowej w 1917 roku zróżnicowana produkcja medialna stworzyła ramy dla utrzymania bolszewickiej potęgi i jednocześnie przyczyniła się do uzyskania akceptacji systemu komunistycznego przez większość robotników i chłopów. Stało się to możliwe dzięki mechanizmowi propagandowemu, który został starannie rozwinięty przez bolszewików za pośrednictwem mediów. Od samego początku media dążyły do tego, by działać w charakterze specjalnego rodzaju łącznika między władzą a masami, a tym samym stały się silnym i skutecznym narzędziem propagandowym.

Propaganda rozwinęła się wraz z niezwykle restrykcyjnymi środkami wobec tradycyjnych rosyjskich instytucji medialnych, istniejących na rynku długo przed rewolucją październikową. Po przejęciu władzy Lenin i jego zwolennicy wykorzystali prasę, która stała się narzędziem państwowej propagandy, aby skutecznie zlikwidować „stare” instytucje państwowe i zastąpić je nowymi strukturami kontrolowanymi przez bolszewików. Władza radziecka skonfiskowała zapasy papieru, maszyny i budynki burżuazyjnych gazet jako łupy wojenne. Według sowieckiego historyka bolszewicy skonfiskowali 30 tytułów prasowych do końca 1917 roku, 70 do lipca 1918 roku i 90 do końca tego roku⁴²³. Jednocześnie ogłoszono postulat stworzenia systemu prasy, który byłby zorganizowany w oparciu o zupełnie nowe zasady.

System ten miał opierać się na dwóch filarach. Pierwszym z nich była specyficzna treść, która musiała być zrozumiała dla słabo wykształconych i prostych czytelników, którzy byli podporą rewolucji. Drugim był masowy obieg prasy, która musiała być dystrybuowana w milionach egzemplarzy każdego dnia, zawierającej w każdym wydaniu gazety przystępnie zredagowane publikacje zgodne z linią programową partii. Pojawienie się takiego dziennikarstwa jako nowego zjawiska w światowej praktyce dziennikar-

⁴²³ A. Z. Okorokov, *Oktiabr' i krakh russkoi burzhuznoi pressy*, Mysl', Moskwa, 1970, s. 325.

skiej symbolizowało jednocześnie punkt zwrotny w rosyjskich tradycjach politycznych i kulturowych. W konsekwencji dało ono początek konkretnej edukacji politycznej w kraju⁴²⁴.

Stworzenie takiego systemu wymagało rzeszy dziennikarzy, drukarzy, wiejskich korespondentów, jak i sprawnej sieci dystrybucyjnej. Reżim sowiecki stanął jednak w obliczu problemu braku wystarczającej liczby wyszkolonych dziennikarzy⁴²⁵. Przywódcy partyjni uznali za konieczne, aby do przekazania swojego punktu widzenia zaangażować wszystkich chętnych rewolucjonistów i skupić ich wokół gazet partyjnych. Rewolucjoniści stali się dziennikarzami, na których działalność składały się m.in. pisanie artykułów oraz redagowanie i dystrybucja małych gazet. Otrzymali oni prawo do głoszenia idei w imieniu pracowników i biednych chłopów i tym samym do reprezentowania siebie jako obiektywnych źródeł informacji⁴²⁶.

Przy opracowywaniu polityki medialnej bolszewicy nie byli oryginalni. Na długo przed 1917 roku historia Europy pokazała liczne przykłady tłumienia prasy. Jeden z nich miał miejsce w XVIII wieku, w okresie Wielkiej Rewolucji Francuskiej. Pomimo, że po wybuchu rewolucji francuskiej w 1789 roku oraz po ogłoszeniu Praw Człowieka i Obywatela wszelka cenzura została zakazana⁴²⁷, przywódcy rewolucji (Marat, Danton, Robespierre i inni) apelowali o zapewnienie suwerennej cenzury wszystkich „sprzecznych” wydań i wysyłanie na szubienicę wielu redaktorów sprzeciwiających się rewolucji⁴²⁸.

Dwa dni po zwycięstwie proletariackiej rewolucji, 27 października 1917 roku Lenin jako szef Rady Komisarzy Ludowych (Sovnarkom) podpisał dekret prasowy, który stał się pierwszym aktem prawnym uchwalonym przez nowy rząd. Nowa władza potwierdziła tym samym całą swoją strategię wobec prasy opozycyjnej. Następnego dnia dokument został opublikowany w „Pravdzie”. Dekret ten dawał Sovnarkom prawo do za-

⁴²⁴ D. Strovsky, G. Simons, *The Bolsheviks' Policy Towards the press in Russia 1917 – 1920*, „Working Papers No. 109”, Uppsala University, 2007, s. 3.

⁴²⁵ P. Kenez, *The Birth of the Propaganda State. Soviet Methods of Mass Mobilization 1917 – 1929*, „Cambridge University Press”, 1985 s. 29-49.

⁴²⁶ J. Brooks, *Pravda and the Language of Power in Soviet Russia 1917–28*, „Media and Revolution. Comparative Perspectives”, 1994, s. 158.

⁴²⁷ T. Goban-Klas, *Spoleczeństwo Medialne...*, dz. cyt., s. 67.

⁴²⁸ D. Strovsky, G. Simons, *The Bolsheviks' Policy...*, dz. cyt., s. 3-4.

mykania gazet⁴²⁹, które opowiadały się za oporem wobec nowych władz lub próbowały „zasiać zamieszanie poprzez publikowanie wyraźnie oszczerczych nieprawidłowości w przekazywaniu faktów”⁴³⁰.

Dokument spotkał się z chłodnym przyjęciem⁴³¹, poeci Dimitry Merezhkovsky i Zinadia Gippius, rewolucjoniści Vera Zasulich i Georgi Plekhanov i wielu innych wybitnych ludzi w Rosji nigdy nie mogli zaakceptować bolszewickich działań wobec prasy opozycyjnej. Na przykład pisarz Władimir Nabokov otwarcie stwierdził: „Zawsze nie nawidziłem dyktatur oraz państw policyjnych i gardziłem nimi, tak samo jak każdą inną formą ucisku. Dotyczy to reglamentacji myślenia, cenzury państwowej, prześladowań na tle rasowym czy religijnym i całej reszty”⁴³².

Poza prasą trzeba również podkreślić rolę plakatów propagandowych. Plakaty polityczne pojawiły się w sierpniu 1918 roku, gdy wybuchała wojna domowa. W ciągu następnych trzech lat ponad 450 różnych organizacji i instytucji wyprodukowało około 3100 różnych plakatów⁴³³. Pierwszym plakatem był plakat cara, księdza i kułaka⁴³⁴ ukazanych jako wrogów narodu (bolszewicy w plakatach politycznych nie czynili różnic między kułakiem a kapitalistą)⁴³⁵. W tak rozległym kraju o ograniczonej komunikacji i masowym analfabetyzmie wśród ludności, nowy reżim musiał polegać na wizualnej propagandzie, aby przekazać swoje przesłanie. W ten sposób plakat na wiele lat stał się jednym z najważniejszych narzędzi bolszewików w walce o serca i umysły ludzi⁴³⁶.

⁴²⁹ P. Kenez, *Lenin and the Freedom of the Press*, wykład z konferencji „Origins of Soviet Culture” Santa Cruz, 18-19.05.1981, s. 9.

⁴³⁰ V. Ulianov (Lenin), *Decree on the Press*, <http://soviethistory.msu.edu/1917-2/organs-of-the-press/organs-of-the-press-texts/decree-on-the-press/>, 17.03.2022.

⁴³¹ *Decree on Press was Adopted*, <https://www.prlib.ru/en/history/619704>, 13.12.2019.

⁴³² V. Nabokov, *Strong opinions*, Vintage Books, Nowy Jork, 1990, s. 38 z 221 (e-book).

⁴³³ B. S. Butnik-Sivierski, *Sovetskii plakat epokhi grazhdanskoi voiny, 1918-1921*, Moskwa, 1960, s. 19-23.

⁴³⁴ kułak, w Rosji bogaty chłop; słowo o znaczeniu pejoratywnym; propagandowy wizerunek kułaka jako wyzyskiwacza biedoty wiejskiej i politycznego wroga partii komunistycznej, był szeroko wykorzystywany w okresie komunizmu wojennego.

⁴³⁵ V. Dobrenko, *The Image of the Enemy in Bolshevik Political Posters During the October Revolution and Civil War*, „Revue Belge de Philologie Et D’Histoire” nr 87 (3), 2009, s. 6.

⁴³⁶ Bolszewicy docenili skuteczność obrazów w docieraniu do zwykłych ludzi z ich przesłaniem. Nadzieja Krupska, żona Lenina, wyraziła odczucia wielu członków partii w 1923 r., kiedy to zauważyła, że: „ilustracja wizualna, nawet jeśli osiągniemy wysoki poziom alfabetyzacji, zawsze będzie odgrywała ważną rolę dla chłopów.”, por. N. Krupska, *Pedagogicheskie sochineniia v desati tomakh*, tom 7, Moskwa, 1959, s.170.

Oprócz środków ograniczających wobec mediów opozycyjnych bolszewicy dążyli do stworzenia prasy, która wspierałaby nową władzę i służyła jako źródło socjalistycznego wychowania i oświecenia ludzi. Głównym celem w dziedzinie dziennikarstwa było, według Lenina, wyjaśnienie zalet nowego systemu politycznego⁴³⁷. Państwo wykorzystywało media do przekazywania tego, czego oczekiwało od społeczeństwa, poprzez wzmacnianie lub zniechęcanie do pewnych zachowań. Prasa została wykorzystana do nagłaśniania „dobrej nowiny”, która miała mieć pozytywny wpływ na morale mas. Zasady określone przez bolszewików w dużym stopniu obniżyły poziom pluralizmu i demokracji w Rosji, a w przyszłości spowolniły rozwój gospodarczy społeczeństwa. Media partyjne, konsekwentnie faworyzujące istniejącą władzę polityczną, czyniły wszystko, co w ich mocy, aby utrzymać ją przez wiele lat. W rewolucji październikowej media odegrały znaczącą rolę w jej ostatniej fazie określanej przez Brintona jako „radykalny reżim”, a przez Kurana jako faza „po rewolucji”. Ich głównym zadaniem była pomoc w utrwaleniu władzy i zdobyciu pełnej kontroli nad społeczeństwem.

4.5. Rewolucja kubańska 1953-1959

Media, a w szczególności radio odegrało kluczową rolę w głównej rewolucji socjalistycznej, która miała miejsce w Ameryce Łacińskiej w drugiej połowie XX wieku – rewolucji kubańskiej. W czasie walk partyzanckich na Kubie radio okazało się najważniejszym medium wykorzystywanym przez powstańców do komunikacji ze swoimi zwolennikami, pozostałymi mieszkańcami Kuby i całym światem. Działo się tak, ponieważ radio docierało do większej liczby ludzi niż jakikolwiek inne media na Kubie⁴³⁸. Było ono bardziej dostępne w odległych regionach i tańsze niż telewizor. Ponadto do zrozumienia słowa mówionego nie jest wymagana umiejętność czytania i pisania. Dlatego też radio było szczególnie popularne wśród ludności wiejskiej i miejskiej biedoty, dwóch grup najbardziej zaangażowanych w działalność rewolucyjną w Ameryce Łacińskiej⁴³⁹.

⁴³⁷ B. McNair, *Glasnost, Perestroika and the Soviet Media*, Routledge, Londyn, 1991, s.26.

⁴³⁸ W latach 50. XX wieku obecność odbiorników radiowych na Kubie była już istotna: 1 milion domów z co najmniej jednym radiem, z łącznej liczby 1,2 miliona domów. Por. L. Lopez, *La radio en Cuba*, Hawana, Letras Cubanas, 2002, s. 332.

⁴³⁹ W. Barlow, *Rebel Airways: Radio and revolution in Latin America*, *The Howard Journal of Communications*, Vol. 2, No. 2, 1990, s. 123.

Pierwszą tajną partyzancką stacją radiową w Ameryce Łacińskiej było założone przez Ernesto Che Guevarę Radio Rebelde⁴⁴⁰, a jej pierwsza oficjalna audycja miała miejsce 24 lutego 1958 roku, nadawana z gór Sierra Maestra na wschodzie Kuby. Stacja nadawała raporty z pierwszej ręki o walkach z Armią Batisty, w tym o działaniach prowadzonych przez miejskie podziemie. Relacjonowała ruchy dyktatury Batisty, przekazywała oświadczenia przywódców buntowników i inne wiadomości przeznaczone dla ogółu społeczeństwa. 1 maja 1958 roku stacja została przeniesiona do La Plata, gdzie Fidel miał swoją siedzibę. Po kilku zmianach lokalizacji, na początku grudnia Radio Rebelde nadawało prawie przez całą dobę. 1 stycznia 1959 roku Fidel Castro wykorzystał stację do wygłoszenia odezwy do narodu. Pod koniec wojny każda kolumna rebeliancka miała swój własny sprzęt radiowy – w sumie 32 małe stacje radiowe, które połączyły się z Radiem Rebelde dla prowadzenia jednoczesnej transmisji, tworząc coś, co zaczęło być znane jako Cadena de la Libertad, czyli Sieć Wolności⁴⁴¹.

Odpowiednie rozmieszczenie odbiorników i stacji radiowych na Kubie w czasie rewolucji okazało się żywym gruntem dla strategii „Ruchu 26 lipca” polegającej na inwestowaniu w nadajniki radiowe jako narzędzie rewolucyjnej propagandy. W jednej ze swoich wypowiedzi Che Guevara podkreśla rolę radia jako środka kontrinformacji: „Mimo wszystko, propagandą, która będzie najskuteczniejsza, taką, która będzie najbardziej naturalnie odbierana w środowisku narodowym i taką, która przemówi do rozumu i uczuć ludności, są wypowiedzi ustne transmitowane przez radio. Radio jest wyjątkowo istotnym medium. W czasach, gdy gorączka wojenna w mniejszym lub większym stopniu wrze w każdym z członków danego regionu czy kraju, inspirujące, natchnione słowa zwiększają tę gorączkę i zarażają nią każdego z przyszłych bojowników. Wyjaśnia, naucza, rozpala, nakreśla przyjaciółom i wrogom wizję ich sytuacji w przyszłości. Radio musi jednak podlegać podstawowej zasadzie propagandy ludowej, którą jest mówienie prawdy; lepiej powiedzieć prawdę mało opłacalną w terminach efektywności, niż wielkie kłamstwo ociekające blichтром. W radiu należy przekazywać aktualne wiadomości o walkach, wszelkiego rodzaju spotkaniach, morderstwach dokonywanych przez aparat opresji, ale także ukierunkowywać doktrynalnie, uczyć ludność cywilną

⁴⁴⁰ H. Frederick, *Cuban – American radio wars. Ideology in International Telecommunications*, Alex Publishing Corporation, Norwood, 1986, s.8.

⁴⁴¹ *About us*, <http://www.radiorebelde.cu/english/about-us/>, dostęp 28.02.2020.

nowych praktycznych umiejętności, a od czasu do czasu transmitować przemówienia przywódców rewolucji”⁴⁴².

Dzięki inspiracji i wskazówkom Che Guevary Radio Rebelde stało się potężną bronią w wojnie propagandowej prowadzonej przeciwko reżimowi Batisty⁴⁴³. Podczas obchodów 15-lecia powstania Radia Rebelde w 1973 roku, Fidel przypomniał początki tej stacji: „Radio Rebelde naprawdę stało się naszym środkiem masowej komunikacji, rozmowy z ludźmi, i stało się stacją, której słuchano. Było niezbędne dla rozpowszechniania informacji wojskowych i odgrywało kluczową rolę podczas całej wojny...”⁴⁴⁴.

W czasie walk partyzanckich na Kubie, Fidel Castro i jego grupa rebeliantów nielegalnie wydawała gazety, takie jak „Sierra Maestra” i „El Cubano Libre”⁴⁴⁵. Ich znaczenie jednak w porównaniu do radia było marginalne.

4.6. Rewolucja na Filipinach z 1986 roku

Morderstwo Benigno Aquino było początkiem końca dyktatury prezydenta Ferdinanda E. Marcosa. Aquino, powracając do kraju po latach wygnania, miał nadzieję na pokojową zmianę i odbudowę demokracji. Jego tragiczna śmierć na lotnisku w Manili⁴⁴⁶ nie tylko wstrząsnęła narodem, ale również wywołała falę oburzenia, która zjednoczyła Filipińczyków w opozycji przeciwko Marcosowi⁴⁴⁷. Podczas rządów Ferdinanda E. Marcosa, Filipiny znalazły się pod jarzmem dyktatury, która ograniczała wolności obywatelskie, w tym wolność prasy. Media były ściśle monitorowane, a niezależne głosy często były uciszane poprzez zastraszanie, aresztowania lub nawet zabójstwa dziennikarzy. Wiadomość o zabójstwie najważniejszego przywódcy filipińskiej opozycji była podawana przez media na całym świecie, natomiast w mediach kontrolowanych przez Marcosa na Filipinach nie było o śmierci Aquino prawie żadnych informacji⁴⁴⁸.

⁴⁴² E. Guevara, *La guerra de guerrillas*, Editorial de Ciencias Sociales, Hawana, 1984, s. 137.

⁴⁴³ W. Barlow, *Rebel Airways...*, dz. cyt., s. 125.

⁴⁴⁴ *About us*, <http://www.radiorebelde.cu/english/about-us/>, dostęp 28.02.2020.

⁴⁴⁵ *Violations of Freedom of the Press in Cuba 1952-1969*, https://www.ascecuba.org/asce_proceedings/violations-of-freedom-of-the-press-in-cuba-1952-1969/, dostęp 17.12.2019.

⁴⁴⁶ K. Szelest, *Ferdinand Marcos: Złodziej wszech czasów*, <https://historia.rp.pl/historia/art9196101-ferdinand-marcos-zlodziej-wszech-czasow> 28.02.2020.

⁴⁴⁷ K. Szelest, *Śmierć, która obaliła dyktaturę na Filipinach*, <https://historia.rp.pl/historia/art9610401-smierc-ktora-obalila-dyktature-na-filipinach> 28.02.2020.

⁴⁴⁸ Wraz z wprowadzeniem stanu wojennego dekretem prezydenta Marcosa zamknięto 93 gazety, 7 stacji telewizyjnych i 292 stacje radiowe. Tylko media rządowe mogły kontynuować działalność,

Pomimo ograniczonych informacji w wiadomościach, dwa miliony żałobników uczestniczyło w ceremonii pogrzebowej, w największej politycznej demonstracji w historii Filipin w tym czasie. W okresie, gdy państwowe media były ściśle kontrolowane przez dyktaturę, jednym z niewielu niezależnych źródeł informacji, które odważyły się przeciwstawić narracji rządowej, było Radio Veritas. Katolicka stacja radiowa stała się głosem opozycji, przekazując wiadomości o zabójstwie Aquino i kolejnych wydarzeniach, które pchnęły naród ku zmianie.

W sercu tej burzliwej epoki znajdował się Kościół Katolicki, na czele z kardynałem Jaime Sinem, który odegrał niebagatelną rolę w mobilizacji społeczeństwa. Wzywając do modlitwy i pokojowych protestów, Kościół skupił wokół siebie ludzi, stając się duchowym przewodnikiem w walce o sprawiedliwość⁴⁴⁹.

Kulminacyjnym momentem tej historii były wybory prezydenckie w lutym 1986 roku, które na zawsze zmieniły losy Filipin. Mimo oskarżeń o fałszerstwo wyborcze i manipulacje, ogłoszone „zwycięstwo” Marcosa spotkało się z międzynarodowym potępieniem i wywołało masowe protesty. Edwin Lacierda wspomina: „Wszyscy przybyliśmy do EDSA⁴⁵⁰, aby stanąć na linii ognia za wolność i zmianę rządu”⁴⁵¹. Corazon „Cory” Aquino, wdowa po Ninoyu, szybko stała się liderką narodowego ruchu oporu, symbolizując nadzieję na zmianę.

W tym kluczowym momencie historia ponownie odnotowała rolę, jaką odegrały media. Radio Veritas kontynuowało swoją misję informowania społeczeństwa, pomimo prób zastraszenia i cenzury. Gdy wysadzono w powietrze nadajniki rozgłośni Veritas, to już po niespełna sześciu godzinach na antenie pojawiło się Radio Bandido, które już do końca rewolucji nadawało informacje do buntowników⁴⁵². Radio zachęcało Filipińczyków do pokojowych zgromadzeń i protestów, które stały się znakiem solidarności i dążenia do demokracji. Masowe protesty, znane jako Rewolucja Mocy Ludowej, przyniosły ostateczny cios dyktaturze Marcosa, prowadząc do jego ucieczki z kraju i zaprzysiężenia Corazon Aquino na prezydenta Filipin 25 lutego 1986 roku. Te wydarzenia nie

<http://www.officialgazette.gov.ph:80/featured/infographic-day-marcos-declared-martial-law-september-23-1972/>, 02.08.2020.

⁴⁴⁹ M. Czernecka, *Różańcowa rewolucja*, <https://krucjata.org/rozancowa-rewolucja/> 01.08.2020.

⁴⁵⁰ Epifanio de los Santos Avenue, ulica w Manili

⁴⁵¹ *A history of the Philippine political protest*, <https://www.officialgazette.gov.ph/edsa/the-ph-protest/> 01.08.2020.

⁴⁵² L.N. Bayan, *The People's Power/EDSA Revolution 1986*, <https://sites.ualberta.ca/~vmitchel/fw9.html>, 01.08.2020.

tylko zakończyły lata represji, ale również przywróciły nadzieję na demokratyczną przyszłość.

Rola Radio Veritas podczas Rewolucji Mocy na Filipinach jest wyjątkowym przykładem, jak media mogą wpływać na kształtowanie historii narodu. Ta stacja radiowa odegrała kluczową rolę w mobilizacji społeczeństwa oraz w kreowaniu przestrzeni dla wolności słowa i jedności w walce o demokrację. W czasach, gdy dostęp do niezależnych informacji był ograniczony przez reżim Ferdinanda Marcosa, Radio Veritas stało się głosem opozycji i symbolem nadziei dla Filipinczyków. Jego działalność nie ograniczała się wyłącznie do funkcji informacyjnej; stacja ta była również narzędziem umożliwiającym organizację protestów i koordynację działań opozycyjnych.

4.7. Pomarańczowa rewolucja na Ukrainie 2004-2005

Wybory prezydenckie w 2004 roku doprowadziły Ukrainę na skraj rozpadu i wojny domowej. Po zamknięciu lokali wyborczych ogłoszono w państwowej telewizji oraz innych środkach masowego przekazu zwycięstwo prorosyjskiego kandydata na prezydenta Wiktora Janukowycza. Zwolennicy Juszczenki oskarżyli Janukowycza o oszustwo i zorganizowali masowe protesty, które nazwano pomarańczową rewolucją. Protestujący ubrani na pomarańczowo, w kolorze kampanii Juszczenki, wyszli na ulice, a przez cały kraj przelała się fala protestów. Sąd Najwyższy uznał 3 grudnia wybory za nieważne i zarządził nową turę na 26 grudnia, w której Juszczenko pokonał Janukowycza, zdobywając około 52 procent głosów. Chociaż Janukowycz zakwestionował ważność wyników, Juszczenko został zaprzysiężony 23 stycznia 2005 roku⁴⁵³.

Ponieważ główne ukraińskie tradycyjne środki masowego przekazu były kontrolowane przez reżim, grupy obywatelskie zaczęły wykorzystywać Internet jako alternatywny kanał krytycznej informacji. Prawo ukraińskie nie uznawało wówczas Internetu za medium, a jedynie za narzędzie do komunikacji peer-to-peer⁴⁵⁴. Dziennikarze trady-

⁴⁵³ *The Orange Revolution and the Yushchenko presidency*, <https://www.britannica.com/place/Ukraine/The-Orange-Revolution-and-the-Yushchenko-presidency#ref986649>, 04.08.2020.

⁴⁵⁴ „Komunikacja peer-to-peer (P2P)”, to komunikacja oparta na połączeniach pomiędzy pojedynczymi użytkownikami, model komunikacji w sieci komputerowej, w której zadania rozdzielone są pomiędzy równe sobie pod względem uprawnień osoby (węzły). Członkowie sieci P2P współdziałają bezpośrednio między sobą bez pośrednictwa centralnego serwera. K. Piech, *Leksykon pojęć na temat technologii blockchain i kryptowalut*, <https://www.gov.pl/attachment/55cfaa28-e256-4326-8fb0-f0fe98ff246>, dostęp 20.03.2022.

cyjnych środków masowego przekazu wielokrotnie byli narażeni na pozwy sądowe, często z powodu błahych pretekstów, choć zgodnych z obowiązującymi przepisami prawa. Tymczasem dziennikarze mediów internetowych, operujący w odmiennym środowisku prawnym, nie podlegali już takim regulacjom⁴⁵⁵.

W okresie pomarańczowej rewolucji większość użytkowników Internetu na Ukrainie stanowili „studenci i profesorowie uniwersytetów, młodzi pracownicy międzynarodowych i dużych krajowych przedsiębiorstw, współpracownicy instytucji badawczych, dziennikarze, politycy, urzędnicy państwowi i służby bezpieczeństwa”⁴⁵⁶ – czyli przedstawiciele zarówno elit intelektualnych, jak i politycznych. To również może tłumaczyć, dlaczego mimo relatywnie niskiego odsetka (nie więcej niż 15 proc. populacji)⁴⁵⁷ użytkowników Internetu na Ukrainie stał się on „wpływową siłą społeczno-polityczną”⁴⁵⁸. Internet stanowił jedyną alternatywę dla wrogich opozycji państwowych i prywatnych stacji telewizyjnych. Aż 68% Ukraińców uważało, że w ich kraju istnieje cenzura polityczna, szczególnie w telewizji, której ufało tylko 21 procent obywateli⁴⁵⁹. Większość uczestników pomarańczowej rewolucji była po trzydziestce lub młodsza, w związku z tym Internet, tak popularny wśród młodszych pokoleń, stał się ważnym narzędziem podczas rewolucji⁴⁶⁰. Olena Prytula, redaktor naczelna „Ukraińskiej Prawdy”, stwierdziła, że: „W czasie rewolucji Internet pomógł zorganizować wiece. Przy ścisłej cenzurze telewizji, Internet był jedynym medium, za pośrednictwem którego można było znaleźć odpowiedzi na podstawowe pytania: Jaki jest termin i miejsce kolejnego spotkania? Jakie są plany opozycji? Co dzieje się na ulicy? Czasami wydarzenia toczyły się tak szybko, że tylko media internetowe dostarczały ludziom aktualnych informacji”⁴⁶¹.

Na Ukrainie większość głównych kanałów telewizyjnych było własnością oligarchów lojalnych wobec Kuczmy i Janukowycza lub podlegało ich kontroli. Niektóre

⁴⁵⁵ J. Goldstein, *The Role of Digital Networked Technologies in the Ukrainian Orange Revolution*, The Berkman Center for Internet & Society Publication Series, Cambridge, 2007, s. 18.

⁴⁵⁶ N. Krasnoboka, *Real journalism goes underground: The Internet underground*, „The international Journal for Communication Studies”, Vol. 64(5), Thousand Oaks, 2002, s. 485.

⁴⁵⁷ D. Cox, J. Druker, *Under Assault: Ukraine's News Media and the 2004 Presidential Elections*, <https://freedomhouse.org/sites/default/files/Essay%20Ukraine%206-18-04%20final.pdf>, 04.08.2020.

⁴⁵⁸ N. Krasnoboka, *Real journalism...*, dz. cyt., s. 485.

⁴⁵⁹ T. Kuzio, *Everyday Ukrainians and the Orange Revolution*, [w:] *Revolution in orange: The origins of Ukraine's democratic breakthrough*, A. Aslund, M. McFaul (red.). Carnegie Endowment for International Peace, Waszyngton, 2006, s. 57.

⁴⁶⁰ J. Goldstein, *The Role of Digital...*, dz. cyt., 2007, s. 18.

⁴⁶¹ O. Prytula, *The Ukrainian Media Rebellion*, [w:] *Revolution in orange: The origins of Ukraine's democratic breakthrough*, A. Aslund, M. McFaul (red.). Carnegie Endowment for International Peace, Waszyngton, 2006, s. 110.

ważne gazety drukowane zapewniały niezależne źródła informacji, ale wszystkie miały ograniczony nakład. W rzeczywistości pomarańczowa rewolucja mogła być pierwszą w historii świata zorganizowaną w dużej mierze przy użyciu Internetu⁴⁶². W 2004 roku, Kanał 5 będąc drugim co do wielkości nadawcą na Ukrainie, wyróżniał się jako jedyna stacja telewizyjna niepodległa władzom. Jego zasięg na terenie Ukrainy był ograniczony, ponieważ urzędnicy państwowi utrudniali zawieranie umów na retransmisję treści. Mimo tych przeszkód Kanał 5 skutecznie docierał do swoich widzów, wykorzystując do tego celu transmisje dostępne na swojej stronie internetowej⁴⁶³. Za jej pośrednictwem stacja mogła na żywo relacjonować wydarzenia na Placu Niepodległości podczas pomarańczowej rewolucji⁴⁶⁴. Strona ta stanowiła dla rewolucjonistów ważne źródło informacji a jesienią 2004 roku jej popularność wzrastała w oszałamiającym tempie, osiągając liczbę ośmiu milionów odsłon⁴⁶⁵. Pojawiły się jednak przeszkody i w połowie października 2004 roku dostęp do strony internetowej Kanału 5 został zablokowany przez głównego wówczas ukraińskiego dostawcę Internetu Ukrtelecom⁴⁶⁶.

Kolejną ważną formą komunikacji były SMS-y⁴⁶⁷. Były one szeroko wykorzystywane, na przykład przez jedną z opozycyjnych organizacji młodzieżowych Pora. Podstawową ideą kampanii Pory było to, że brak niezależnych mediów w znacznym stopniu wspomagał obecny reżim w manipulowaniu społeczeństwem w procesie wyborczym. Potrzebne były alternatywne środki masowego przekazu i źródła informacji, aby zagwarantować wolne i uczciwe wybory oraz zapewnić społeczeństwu ukraińskiemu dokładniejsze informacje na temat procesu wyborczego i ewentualnej państwowej manipulacji wyborczej. Alternatywne źródła informacji były pomocne w zmobilizowaniu społecznego protestu przeciwko oszustwom wyborczym, a różne narzędzia komunikacji za-

⁴⁶² M. McFaul, *The Orange Revolution in a comparative perspective*, [w:] *Revolution in orange: The origins of Ukraine's democratic breakthrough*, A. Aslund, M. McFaul (red:). Carnegie Endowment for International Peace, Waszyngton, 2006, s. 178.

⁴⁶³ <http://5.ua>, 04.08.2020.

⁴⁶⁴ M. J. Kyj, *Internet use in Ukraine's Orange Revolution*, „Business Horizons, Bloomington”, Vol. 49, 2006, s. 75.

⁴⁶⁵ S. Bandera, *The role of the Internet and Ukraine's 2004 Presidential elections*, „Development Associates”, Strengthening Electoral Administration in Ukraine Project, Kijów, 2006, s. 23.

⁴⁶⁶ Tamże, s. 26.

⁴⁶⁷ V. Kaskiv, I. Chupryna, and Y. Zolotariov, *It's time! Pora and the Orange Revolution in Ukraine*, [w:] *Reclaiming democracy: Civil society and electoral change in Central and Eastern Europe*, J. Forbrig, P. Demes (red.), German Marshall Fund of the United States, Nowy Jork, 2007, s. 136.

pewniły spójność przekazu⁴⁶⁸. Strona internetowa kampanii powstała pod adresem <http://www.pora.org.ua> i służyła nie tylko jako źródło informacji, ale także jako praktyczne narzędzie koordynacji między aktywistami⁴⁶⁹. W czasie pomarańczowej rewolucji użytkownicy kart SIM, które Pora w liczbie kilkuset kupiła od „Kyivstar”, jednego z operatorów telefonii komórkowej, otrzymywali bezpłatne połączenia i SMS-y w sieci. W czasie rewolucji operator ten zbudował również 24 dodatkowe stacje przekaźnikowe, znacznie przyczyniając się do zwiększenia łączności protestujących, a jego wiceprezes nawet osobiście przyłączył się do protestów⁴⁷⁰. SMS-y były również niezbędnym sposobem koordynującym na Majdanie i w mieście namiotowym, gdzie nie było dostępu do poczty elektronicznej⁴⁷¹. W krytycznym okresie pomarańczowej rewolucji do mobilizacji jej zwolenników Pora zaczęła szerzej wykorzystywać komunikację e-mailową i rozsyłała wiadomości do tych, którzy zapisali się na jej listę. Zebrano w ten sposób około 10 tys. adresów, które zostały wykorzystane do rozesłania informacji mobilizacyjnych i jak najszybszego zachęcenia członków i sympatyków organizacji do przyłączenia się do miasteczka namiotowego⁴⁷².

Do listopada 2004 roku strona „Maidan”⁴⁷³ miała dziesiątki milionów wejść miesięcznie. Portal jako jeden z pierwszych w kraju udostępnił swoje treści za pośrednictwem technologii telefonii komórkowej WAP i bezpłatnego dostępu *dial-up*. Strona główna zawierała również „bezpośrednią linię działania”⁴⁷⁴, zachęcającą odwiedzających do podejmowania natychmiastowych czynności politycznych, niezbędnych w tym momencie, w oparciu o rozwój sytuacji w czasie rzeczywistym. Umożliwiło to całodobową gotowość aktywistów do blokowania grup prowokatorów podczas rewolucji. Dodatkowo na stronie „Maidan” pojawiła się zbiórka pieniędzy na rzecz rewolucji umożliwiająca wpłaty za pomocą karty kredytowej, co było szczególnie wygodne dla ludności ukraińskiej mieszkającej poza jej granicami⁴⁷⁵. Strona „Maidan”, w szczególności sekcja wiadomości, była zazwyczaj redagowana przez aktywistów, a nie zawodowych

⁴⁶⁸ P. Demes, J. Forbrig, *Pora – "It's Time" for Democracy in Ukraine*, [w:] *Revolution in orange: The origins of Ukraine's democratic breakthrough*, A. Aslund, M. McFaul (red:). Carnegie Endowment for International Peace, Waszyngton, 2006, s. 68-88.

⁴⁶⁹ J. Goldstein, *The Role of Digital...*, dz. cyt., 2007, s.16.

⁴⁷⁰ S. Bandera, *The role of the Internet...*, dz. cyt., s. 32.

⁴⁷¹ M. McFaul, *The Orange Revolution...*, dz. cyt., s. 178.

⁴⁷² S. Bandera, *The role of the Internet...*, dz. cyt., s. 37.

⁴⁷³ <http://maidanua.org>, 28.02.2020.

⁴⁷⁴ S. Bandera, *The role of the Internet...*, dz. cyt., s. 10-11.

⁴⁷⁵ J. Goldstein, *The Role of Digital...*, dz. cyt., 2007, s.14.

dziennikarzy. Otwierało to możliwość zamieszczania niepotwierdzonych doniesień. Tego typu witryny, o mniejszej kontroli organizacyjnej niż Pora, mogły być wykorzystywane przez wrogie służby specjalne do wprowadzania w błąd lub grożenia odwiedzającym je⁴⁷⁶.

Podczas pomarańczowej rewolucji gazeta internetowa „Ukraińska Prawda” w szerokim zakresie wykorzystywała potencjał Internetu do relacjonowania wydarzeń „na żywo”. W ostatnich latach przed upadkiem reżimu Kuczmy „Ukraińska Prawda” była jednym z najważniejszych źródeł informacji i analiz na Ukrainie. Pod koniec pomarańczowej rewolucji była to nie tylko najpopularniejsza ukraińska strona internetowa, ale także najpoczytniejsza publikacja jakiegokolwiek rodzaju na Ukrainie⁴⁷⁷.

Juszczenko i jego sojusznicy aktywnie korzystali z Internetu. Ich strony internetowe były wiarygodnym i stabilnym źródłem istotnych informacji. Janukowycz również miał swoją platformę, ale wykorzystywał ją raczej do wspierania własnej reputacji niż do dostarczania użytecznych informacji, a wiadomości były nieregularnie aktualizowane⁴⁷⁸. Nic dziwnego, że w głównej fazie pomarańczowej rewolucji badania potwierdziły bardzo niską aktywność na wszystkich stronach sprzyjających Janukowyczowi, w tym samym czasie pokazując bardzo dużą aktywność serwisów popierających Juszczenkę⁴⁷⁹.

4.8. Rewolucja w Iranie w 2009 roku

Po irańskich wyborach prezydenckich w czerwcu 2009 roku tysiące ludzi wyszło na ulice Teheranu, aby zaprotestować przeciwko zwycięstwu, które ich zdaniem zostało skradzione reformatorskiemu kandydatowi Mir Husseinowi Mousaviemu przez obecnego prezydenta Mahmuda Ahmadineżada. Rząd irański zareagował na te rozruchy, znane obecnie jako zielona rewolucja, zastraszając i aresztując dziennikarzy i działaczy oraz starając się zapobiec dotarciu informacji do międzynarodowej opinii publicznej. Jednocześnie konserwatywni przywódcy szerzyli propagandowe przesłania, twierdząc, że do protestów zachęcają wrogowie z zewnątrz⁴⁸⁰.

⁴⁷⁶ M. J. Kyj, *Internet use in Ukraine's...*, dz. cyt., s. 74.

⁴⁷⁷ M. McFaul, *The Orange Revolution...*, dz. cyt., s. 178.

⁴⁷⁸ O. Prytula, *The Ukrainian Media...*, dz. cyt., s. 109.

⁴⁷⁹ M. J. Kyj, *Internet use in Ukraine's...*, dz. cyt., s. 77-78.

⁴⁸⁰ N. Fathi, *What We Got Right*, <https://foreignpolicy.com/2010/06/08/what-we-got-right/> 06.04.2020.

W szczytowym momencie masowych protestów powyborczych zachodnie media zapełniły się doniesieniami o protestujących korzystających z Internetu, aby koordynować wiece, dzielić się informacjami i wzajemnie lokalizować. Bardzo szybko media doceniły rolę Internetu, a w szczególności mediów społecznościowych i nadały tym wydarzeniom miano „Twitterowej rewolucji”⁴⁸¹.

W punkcie kulminacyjnym protestów w Teheranie, gdy na pierwszych stronach irańskich gazet było dużo pustych kolumn, gdzie cenzorzy usuwali wiadomości, Twitter dostarczał informacje prosto z protestów⁴⁸², a hasztag #IranElection pojawiał się w nowych postach 30 razy w ciągu minuty⁴⁸³. @Change_for_Iran⁴⁸⁴, @stopAhmadi i @iran09⁴⁸⁵ były jednymi z kilku kont, które oferowały aktualizacje wydarzeń w czasie rzeczywistym. Kanał @mousavi1388 wypełniony wiadomościami o protestach i wezwaniach do kontynuowania walki w języku perskim i angielskim, stał się „wirtualnym biurem medialnym dla zwolenników czołowego kandydata opozycji, Mir Husseina Mousawiego”⁴⁸⁶.

Nawet Departament Stanu USA docenił wagę Twittera w rewolucji w Iranie i zwrócił się z prośbą o przełożenie planowanego wyłączenia serwerów, aby umożliwić rewolucjonistom komunikację i ułatwić im relacjonowanie wydarzeń⁴⁸⁷. Prośba ta spotkała się ze zrozumieniem zarządu Twittera, a jeden z jego założycieli potwierdził fakt zmiany daty i powodu, którym się kierował w oświadczeniu: „Aby zapewnić ciągłość działania Twittera, należy przeprowadzić krytyczną aktualizację sieci. W koordynacji z Twitterem, nasz dostawca zaplanował tę aktualizację na dziś wieczorem. Jednak nasi partnerzy sieciowi w NTT America doceniają rolę, jaką Twitter odgrywa obecnie jako ważne

⁴⁸¹ EDITORIAL: *Iran's Twitter revolution*, <https://www.washingtontimes.com/news/2009/jun/16/irans-twitter-revolution/> 06.04.2020.

⁴⁸² L. Grossman, *Iran Protests: Twitter, the Medium of the Movement*, <http://content.time.com/time/world/article/0,8599,1905125,00.html> 06.04.2020.

⁴⁸³ N. Cohen, B. Stone, *Social Networks Spread Defiance Online*, https://www.nytimes.com/2009/06/16/world/middleeast/16media.html?_r=2 06.04.2020.

⁴⁸⁴ https://twitter.com/Change_for_Iran 06.04.2020.

⁴⁸⁵ E. Reinikainen, *#iranelection cyberwar guide for beginners*, <https://reinikainen.co.uk/2009/06/iranelection-cyberwar-guide-for-beginners/> 06.04.2020.

⁴⁸⁶ N. Cohen, B. Stone, *Social Networks...*, dz. cyt., 06.04.2020.

⁴⁸⁷ B. Paar, *U.S. Government Asks Twitter to Stay Up for #IranElection Crisis*, <https://mashable.com/2009/06/16/twitter-iran/?europa=true> 06.04.2020.

narzędzie komunikacji w Iranie. Planowana na dziś wieczorem konserwacja została przesunięta na jutro, pomiędzy 2-3pm PST (1:30 rano w Iranie)”⁴⁸⁸.

Na cieszącym się dużą popularnością w Iranie Facebooku⁴⁸⁹ szybko zaczęły powstawać dedykowane rewolucji „wydarzenia”, a fanpage Mir Husseina Mousawiego⁴⁹⁰ szybko osiągnął 50 tysięcy obserwujących⁴⁹¹. Aby pomóc rewolucjonistom w komunikacji ze światem, w tydzień po wyborach Facebook udostępnił opcję testową tłumaczenia na i z języka perskiego⁴⁹².

Uczestnicy wydarzeń w Iranie dokumentowali zajścia z protestów i walk ze stroną rządową i zamieszczali swoje filmy na serwisie YouTube⁴⁹³, a zdjęcia na serwisie Flickr⁴⁹⁴.

W sieci pojawiło się wiele blogów relacjonujących wydarzenia⁴⁹⁵, komentujących ewentualne skutki zielonej rewolucji⁴⁹⁶ czy też poradników instruujących w jaki sposób konstruktywnie uczestniczyć w protestach za pomocą Twittera⁴⁹⁷.

W Internecie zaczęły się szybko pojawiać artykuły pomagające śledzić wydarzenia zielonej rewolucji, jeden z nich zawierał wskazówki jak skutecznie wyszukiwać informacje:

- na Twitterze (podawał użyteczne hasztagi, wartościowe konta jak i sposoby wyszukiwania informacji na Twitterze poprzez wyszukiwarkę Monitter),

⁴⁸⁸ B. Stone, *Down Time Rescheduled*, https://blog.twitter.com/official/en_us/a/2009/down-time-rescheduled.html 06.04.2020.

⁴⁸⁹ O. Nasr, *Tear gas and Twitter: Iranians take their protests online*, <http://edition.cnn.com/2009/WORLD/meast/06/14/iran.protests.twitter/index.html> 06.04.2020.

⁴⁹⁰ <https://www.facebook.com/mousavi/> 06.04.2020.

⁴⁹¹ N. Cohen, B. Stone, *Social Networks...*, dz. cyt., 06.04.2020.

⁴⁹² B. Parr, *Facebook Releases Persian Translation for #IranElection Crisis*, <https://mashable.com/2009/06/18/facebook-persian/?europa=true>, 06.04.2020.

⁴⁹³ na przykład film pokazujący milicję „Basijis” strzelającą do cywilów <https://www.youtube.com/watch?v=OIrX6UjXRcE> 06.04.2020.

⁴⁹⁴ na przykład w tym zbiorze <https://www.flickr.com/search/?text=fhashemi> 06.04.2020.

⁴⁹⁵ w szczególności polecany przez wiele źródeł, nie istniejący już blog shooreh1917.blogspot.com, por. <https://twitter.com/mcsiim/status/2254891947> 06.04.2020.

<https://www.lonelyplanet.com/thorntree/forums/middle-east/iran/minute-by-minute-from-tehran> 06.04.2020; B. Parr, *HOW TO: Track Iran Election with Twitter and Social Media*

<https://mashable.com/2009/06/14/new-media-iran/?europa=true> 06.04.2020;

<https://www.dailykos.com/stories/2009/6/28/746855/> 06.04.2020.

⁴⁹⁶ dla przykładu Ronmossad w swoim blogu przekonuje, że wynik rewolucji jest bez znaczenia, gdyż obydwaj kandydaci to radykalni islamiści i zwycięstwo któregośkolwiek z nich nie zapewni demokracji w Iranie, por. Ronmossad, *In the end... it doesn't even matter... #iranelection*, <http://ronmossad.blogspot.com/2009/08/in-endit-doesnt-even-matter.html> 06.04.2020.

⁴⁹⁷ E. Reinikainen, *#iranelection cyberwar...*, dz. cyt., 06.04.2020.

- na YouTube (zawierał linki do popularnych kanałów pokazujących ówczesne wydarzenia).

Artykuły te ponadto dawały wskazówki, jak wyszukać odpowiednie blogi oraz jak wyszukiwać zdjęcia w serwisie Flickr⁴⁹⁸.

Strona rządowa starała się ograniczyć dostęp do informacji przez zamknięcie sieci komórkowej i konfiskatę odbiorników TV satelitarnej. Kolejnym, choć mniej skutecznym krokiem było zablokowanie dostępu do stron internetowych dotyczących polityki i blokada serwisów społecznościowych, jednakże rewolucjoniści omijali te utrudnienia korzystając z serwerów pośredniczących (proxy)⁴⁹⁹.

Podczas zielonej rewolucji w Iranie w 2009 roku media społecznościowe, takie jak Twitter i Facebook, stały się kluczowymi narzędziami dla protestujących, umożliwiając im koordynację działań i przekazywanie informacji na całym świecie. Pomimo rządowej cenzury i blokad, rewolucjoniści skutecznie korzystali z internetu, aby omijać te ograniczenia i utrzymywać kontakt z międzynarodową opinią publiczną. Niezależnie od masowych demonstracji i ogromnego wsparcia w mediach społecznościowych, ruch ten nie doprowadził do zmiany wyników wyborów ani do ustąpienia prezydenta Mahmuda Ahmadineżada.

4.9. Rewolucja w Mołdawii w 2009 roku

Masowe protesty w Mołdawii po wyborach z 5 kwietnia 2009 roku przyciągnęły uwagę całego świata. Wiodące światowe gazety i agencje informacyjne natychmiast nazwały te wydarzenia „rewolucją na Twitterze”⁵⁰⁰ i stwierdziły, że narzędzie to pomogło młodzieży w zorganizowaniu się, a nawet w szturmie na Parlament i administrację prezydencką.

Bezpośrednią przyczyną protestów były wybory parlamentarne, w których komuniści zdobyli 50 procent głosów, co pozwoliło im na wybór nowego prezydenta i zmianę

⁴⁹⁸ B. Parr, B. Parr, *HOW TO: Track...*, dz. cyt., 06.04.2020.

⁴⁹⁹ A. Robinson, *Iran powerless to stop revolution by proxy*, <https://www.abc.net.au/news/2009-12-08/iran-powerless-to-stop-revolution-by-proxy/1174832> 21.03.2020.

⁵⁰⁰ A. Mungiu-Pippidi, I. Munteanu, *Moldova's Twitter Revolution*, „Journal of Democracy”, Baltimore, Vol. 20, No.3, 2009, s. 136-142.

konstytucji. Choć oczekiwano, że komuniści wygrają, to ich zwycięstwo było większe niż się spodziewano, a liderzy opozycji oskarżyli rząd o fałszowanie wyborów⁵⁰¹.

Protesty rozpoczęły się w poniedziałek 6 kwietnia 2009 roku, kiedy młodzi działacze z dwóch organizacji pozarządowych, Hyde Park i ThinkMoldova, zaczęli wzywać ludzi do zebrania się na wiecu protestacyjnym pod nazwą „Nie jestem komunistą”⁵⁰². Natalia Morar, jedna z liderek ThinkMoldova, opisała ten wysiłek na swoim blogu jako „sześć osób, 10 minut na burzę mózgów i podejmowanie decyzji, kilka godzin na rozpowszechnianie informacji poprzez sieci, Facebook, blogi, SMS-y i e-maile”, w efekcie czego „15000 młodych ludzi wyszło na ulice!”⁵⁰³.

Pierwszy tekst ogłoszenia flashmoba brzmiał: „Jeśli nie głosowaliście na komunistów, przyjdźcie o 18:00 pod pomnik Stefana Wielkiego i przynieście świecę. Jeśli otrzymałeś tę wiadomość, wyślij ją do wszystkich swoich przyjaciół”⁵⁰⁴. Dodatkowo Oleg Brega zauważył, że aktywiści wykorzystali ostatnie kilka godzin przed planowanym flashmobem do rozpowszechniania informacji za pośrednictwem licznie tworzonej grup w serwisach społecznościowych takich jak Facebook, Netlog i Odnoklassniki, serwisach internetowych takich jak Skype, MSN Messenger, Meebo i Yahoo! Messengera a przede wszystkim za pomocą SMS-ów⁵⁰⁵.

Uczestnicy tego pierwszego, poniedziałkowego spotkania rozproszyli się spokojnie. Ale demonstracje we wtorek wymknęły się spod kontroli. Relacje telewizyjne pokazały protestujących rzucających kamieniami w okna parlamentu i pałacu prezydenckiego, demolujących wnętrza i podpalających meble. Policja użyła następnie armatek wodnych i gazu łzawiącego, aby rozproszyc tłum. Pożary trwały do późnej nocy⁵⁰⁶.

Sergei Muntian, 22-letni protestujący, powiedział agencji prasowej AFP, że masowe wyjście na ulicę rozpoczęło się po tym, jak wiele osób otrzymało SMS-y z informacją:

⁵⁰¹ E. Barry, *Protests in Moldova with the help of Twitter*, https://www.nytimes.com/2009/04/08/world/europe/08moldova.html?_r=2 dostęp 30.01.2020.

⁵⁰² G.S. Beebe, *The Russia Trap. How our Shadow War with Russia Could Spiral into Catastrophe (and how to Stop it)*, Thomas Dune Books, Nowy Jork, 2019, s.51.

⁵⁰³ N. Morar, *Ja nie komunist!*, <https://natmorar.livejournal.com/36886.html>, 21.03.2020.

⁵⁰⁴ J. Albac, I. Barabanov, N. Morar, *Jest' u rewolucji naczało*, <https://newtimes.ru/articles/detail/19574/>, 21.03.2020.

⁵⁰⁵ Oleg Brega, mołdawski dziennikarz, omawia rolę nowych mediów w zmieszkach społecznych po wyborach, które odbyły się wiosną 2009 roku. Uwagi te zostały przedstawione na spotkaniu informacyjnym Komisji Helsińskiej *Twitter Against Tyrants: Nowe media w reżimach autorytarnych*, która odbyła się 22 października 2009 r. w Waszyngtonie. <https://www.youtube.com/watch?v=gY7-c1NEmdU>, dostęp 21.03.2020.

⁵⁰⁶ E. Barry, *Protests in Moldova...*, dz. cyt., 30.01.2020.

„Walczcie z komunistami na froncie budynku rządowego. Przekaż tę wiadomość dalej”⁵⁰⁷.

Po tym, jak we wtorek protesty stały się gwałtowne i nie było możliwości korzystania z telefonu komórkowego w okolicy manifestacji, protestujący zaczęli rozpowszechniać informacje za pośrednictwem Twittera⁵⁰⁸ i Facebooka, używając hasztagu: #pman⁵⁰⁹, który oznacza Piata Marii Adunari Nationale, centralny plac Kiszyniowa.

Młodzi rewolucjoniści zaczęli tworzyć „wydarzenia” na Facebooku. Na jednym z nich zaproszono na flashmob około 1500 osób, z których ponad 400 potwierdziło swój udział w wydarzeniu⁵¹⁰. Posty pod nimi zawierały m.in.:

- wiadomości od ludzi wyrażające poparcie dla protestujących,
- opis w czasie rzeczywistym protestów na ulicach Kiszyniowa i w pozostałych miejscach,
- harmonogram i lokalizacje protestów,
- odnośniki do stron internetowych, na których znajdowały się relacje z wydarzeń w czasie rzeczywistym (np. unimedia.md, jurnal.md, timpul.md) i analizy bieżącej sytuacji;
- informacje o ograniczeniu dostępu do Internetu na terenie Mołdawii wraz z sugestią dla tych Mołdawian, którzy są za granicą, aby zadzwonili do swoich krewnych i przyjaciół w kraju i poinformowali ich o rzeczywistym rozwoju wypadków w kraju;
- informacje o zamknięciu granic Mołdawii mającym na celu uniemożliwienie powrotu do kraju i uczestnictwie w rewolucji;
- relacje o reakcjach międzynarodowych związanych z wydarzeniami w kraju;
- informację, że protestujący używają Twittera, by ominąć blokadę telefonów komórkowych;
- informację o mobilizacji wojsk;

⁵⁰⁷ *Tweeting the protests*, <https://www.dw.com/en/facebook-twitter-help-moldova-protesters-organize-demonstrations/a-4166896>, 21.03.2020.

⁵⁰⁸ *Students use Twitter to storm presidency at Moldova*, <https://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/europe/moldova/5119449/Students-use-Twitter-to-storm-presidency-in-Moldova.html>, 30.01.2020.

⁵⁰⁹ twórcą tego hasztagu jest Vitalie Esanu (@evisoft), powstał on 7.04.2009 o godzinie 6:40 <https://twitter.com/evisoft/status/1467645316> 21.03.2020

⁵¹⁰ V. Lysenko, K. Desouza, *Moldova's internet revolution: Analyzing the role of technologies in various phases of the confrontation*, „Technological Forecasting & Social Change”, Rotterdam, No. 79, 2012, str. 346

- doniesienia o nalotach policyjnych w szkołach, aby uniemożliwić uczniom udział w protestach ulicznych;
- pogłoski o opuszczeniu kraju przez prezydenta Voronina;
- wieści o negocjacjach między przywódcami opozycji a rządem;
- dyskusję na temat pożądanej taktyki protestujących, aby osiągnąć wyznaczone cele;
- doniesienia o prowokacjach władz podczas protestów;
- komunikaty wzywające do aktywnego udziału w piątkowym proteście;
- listy prawników, którzy udzielają bezpłatnej pomocy prawnej;
- apele o dostarczenie dowodów naruszenia prawa w czasie wyborów oraz doniesienia o tych naruszeniach;
- propozycje organizacji nowych protestów⁵¹¹.

Poza wymienionymi stronami i serwisami internetowymi E. Morozov podkreśla również duży wkład strony live.stirileprotv.ro, za pośrednictwem której można było śledzić wydarzenia transmitowane na żywo z Piata Marii Adunari Nationale przez rumuńską telewizję⁵¹². Warto zauważyć, że państwowa telewizja mołdawska w tym czasie nadawała programy rozrywkowe, nie informując o zamieszkach⁵¹³. Dużą rolę odegrały także „inteligentne agregatory wiadomości” takie jak mybot.ro, czy imarin.net⁵¹⁴ – które zbierają rozmaite, tematyczne treści z różnych stron internetowych, np. z blogów czy też portali⁵¹⁵.

Działania władz Mołdawii nie dotyczyły jedynie do wojny informacyjnej. Podczas protestów władze ograniczyły telefonię komórkową w głównych punktach protestu w centrum Kiszyniowa⁵¹⁶, a także blokowały dostęp do serwisów internetowych⁵¹⁷ oraz serwisów społecznościowych⁵¹⁸.

⁵¹¹ Tamże, str. 358-359.

⁵¹² E. Morozov, *Moldova's Twitter Revolution*, <https://foreignpolicy.com/2009/04/07/moldovas-twitter-revolution/>, 28.03.2020.

⁵¹³ P. Fusu, *Things you'll NEVER find in your newspapers*, True Moldova, <http://truemoldova.blogspot.com/2009/04/things-youll-never-find-in-your.html>, 28.03.2020.

⁵¹⁴ E. Morozov, *Moldova's Twitter...*, dz. cyt., 28.03.2020.

⁵¹⁵ J. Doree, *RSS: A Brief Introduction*, „Journal of Manual & Manipulative Therapy”, nr 15(1), 2007, s. 57 – 58.

⁵¹⁶ M. Compton, *Twitter Shows Its Purpose*, <https://thedemocraticstrategist.org/?s=Twitter+shows+its+purpose>, 28.03.2020.

⁵¹⁷ P. Fusu, *Things you'll...*, dz. cyt., 28.03.2020.

⁵¹⁸ V. Lysenko, K. Desouza, *Moldova's internet revolution...*, dz. cyt., str. 348.

Media społecznościowe odegrały kluczową rolę w organizacji protestów podczas rewolucji w Mołdawii w 2009 roku, umożliwiając młodym ludziom koordynację działań i szybkie rozpowszechnianie informacji pomimo blokad telekomunikacyjnych. Ostatecznie rewolucja doprowadziła do ponownych wyborów, w wyniku których komuniści stracili większość, a opozycja zdobyła władzę.

4.10. Zamieszki w Toronto w 210 roku

Publiczne protesty i demonstracje rozpoczęły się tydzień przed szczytem G20 w 2010 roku, który odbył się 26-27 czerwca⁵¹⁹ w Toronto, w Kanadzie. Demonstracje miały różne przyczyny, w tym: ubóstwo, antykapitalizm⁵²⁰, walka o prawa mniejszości seksualnych⁵²¹ i rdzennych mieszkańców⁵²².

Manifestacje składały się głównie z pokojowych demonstracji i wieców, ale przybierały również formę zamieszek⁵²³ - grupa buntowników stosująca taktykę „black bloc”⁵²⁴ dopuściła się aktów wandalizmu w centrum Toronto. Przeciwno 10 tys. protestujących wystąpiło ponad 20 tys. funkcjonariuszy policji, wojska i służb bezpieczeństwa. Podczas zamieszek nie było ofiar śmiertelnych, natomiast aż 97 funkcjonariuszy i 39 aresztowanych zostało rannych⁵²⁵, a co najmniej 40 sklepów zdewastowano⁵²⁶.

⁵¹⁹ M. Abedi, *G20 protests: Why the international summit attracts so much anger*, <https://globalnews.ca/news/3576435/g20-summit-why-people-protest/>, 23.04.2020.

⁵²⁰ Tamże.

⁵²¹ P. Jordan, *Gay rights protest hits Toronto Ahead of G20*, <https://www.reuters.com/article/g20-protest/gay-rights-protest-hits-toronto-ahead-of-g20-idUSN2216509620100622>, 23.04.2020.

⁵²² P. Edwards, *Canada flunks on indigenous rights, protesters say*, https://www.thestar.com/news/gta/2010/06/24/canada_flunks_on_indigenous_rights_protesters_say.html, 23.04.2020.

⁵²³ *Protesty przeciw szczytowi G20*, <https://wiadomosci.onet.pl/swiat/protesty-przeciw-szczytowi-g20/4zjxd>, 15.04.2020.

⁵²⁴ „Black bloc” to grupa protestujących, którzy noszą czarne ubrania, maski narciarskie, chusty, okulary przeciwsłoneczne lub inne przedmioty zakrywające twarz i chroniące twarz. Odzież ta służy do ukrywania tożsamości użytkowników, utrudniając rozróżnienie uczestników. Jest ona również używana do ochrony twarzy i oczu przed gazem pieprzowym, który jest używany przez organy ścigania podczas protestów lub niepokojów społecznych. Por. K. B Carlson, „The Black Bloc: A look at the anarchists who could be the biggest G20 security threat”, <https://nationalpost.com/posted-toronto/the-black-bloc-a-look-at-the-anarchists-who-post-the-biggest-g20-security-threat> 23.04.2020; D. D. Young, „Autonomia and the Origin of the Black Bloc”, <http://www.ainfos.ca/01/jun/ainfos00170.html> , 23.04.2020

⁵²⁵ A. Morrow, *Toronto police were overwhelmed at G20, review reveals*, <https://web.archive.org/web/20110624112511/http://www.theglobeandmail.com/news/national/toronto/to-ronto-police-were-overwhelmed-at-g20-review-reveals/article2073215/>, 23.04.2020.

⁵²⁶ D. Rider, *Pressure builds on Ottawa for compensation*, https://www.thestar.com/news/gta/2010/06/29/pressure_builds_on_ottawa_for_compensation.html, 23.04.2020.

Dokonano ponad 1000 zatrzymań, które zapisały się w historii Kanady⁵²⁷ jako największe masowe aresztowania w tym kraju. W następstwie protestów służby policyjne Toronto oraz Zintegrowana Jednostka Bezpieczeństwa (ISU) szczytu G20 zostały ostro skrytykowane za brutalność podczas aresztowań i ostatecznie poddane kontroli publicznej przez media i obrońców praw człowieka.

W tygodniach poprzedzających szczyt do Toronto przybyło ponad siedemdziesięciu radykalnych aktywistów medialnych i dziennikarzy z krajów Ameryki Północnej. Przyłączyli się oni do grupy dziesięciu miejscowych aktywistów, którzy angażowali się w tworzenie bezpiecznego miejsca dla mediów w przestrzeni magazynowej należącej do „Linux-caffe”. Ta grupa odpowiadała za większość działań organizacyjnych, mających na celu wspieranie pracy Centrum Mediów Alternatywnych⁵²⁸. Organizacja Media Co-Op⁵²⁹ zapewniła pomieszczenie, personel i sprzęt, a także wsparła od strony redakcyjnej CMA w osiągnięciu jego celów. Zadanie CMA polegało na sporządzaniu raportów informacyjnych o wpływie szczytu G-20 i protestów oraz organizowaniu spotkań informacyjnych i konferencji prasowych wraz z zapewnieniem mediom materiałów drukowanych oraz sprzętu audio-wideo⁵³⁰. Dla zoptymalizowania szybkości relacji Centrum Mediów pozostawało w stałym kontakcie z organizatorami protestów. Media społecznościowe stały się ważnymi miejscami rozpowszechniania informacji, kiedy hasztagi #g20report, #g20 i #toronto zaczęły się szybko rozprzestrzeniać na Twitterze, Flickrze i innych platformach⁵³¹. Działania te zostały nawet nazwane „wojną medialną w czasie rzeczywistym”. Dziennikarze CMA bowiem na bieżąco prowadzili relację w niekończącej się fali postów na blogach, aktualizacji wiadomości, komentarzy na stronach internetowych, uaktualnieniach na Facebooku i Twitterze, interakcji z innymi mediami społecznościowymi oraz konferencjach prasowych i bezpośrednim kontakcie z mainst-

⁵²⁷ A. Kassam, *More than 1000 people detained during G20 summit in Toronto can sue police*, <https://www.theguardian.com/world/2016/apr/06/toronto-g20-summit-police-lawsuit-civil-rights-abuses>, 23.04.2020.

⁵²⁸ D. Kellar, *Presenting the Movement's Narratives. Organizing Alternative Media*, [w:] *Whose Streets?: The Toronto G20 and the Challenges of Summit Protest*, T. Malleon, D. Wachsmuth (red.), Between the Lines, Toronto, 2011, s.71-80

⁵²⁹ The Media Co-op to ogólnokrajowa sieć lokalnych spółdzielni medialnych, która ma na celu zapewnienie demokratycznego przekazu dla swoich społeczności i Kanady. Por. <http://www.mediacoop.ca/about> 23.04.2020

⁵³⁰ *G20 Alternative Media Centre in Toronto*, <https://internetactivism.wordpress.com/tag/g20report/>, 23.04.2020.

⁵³¹ D. Dagdelen, H. Eyal, T. Poell, *Activism and Social Media*, <https://wiki.digitalmethods.net/Dmi/TrainingProgramProjectG20>, 23.04.2020.

reamowymi dziennikarzami. W ciągu 12 dni wokół szczytu opublikowano 11 556 tweetów, 222 filmy wideo i 3338 zdjęć opatrzonych hasztagiem #g20report⁵³². Ważnym kanałem informacyjnym dla protestujących były też lokalne stacje radiowe, w których z pomocą CMA mogli oni zdawać raporty z protestów⁵³³.

Media mainstreamowe w swoich relacjach najczęściej ukazywały protestujących w negatywnym świetle, co skutkowało bardziej pozytywną oceną działań rządowych (głównie policji). Media te opierały się w swych relacjach głównie na poglądach i sprawozdaniach pochodzących z oficjalnych źródeł i rzadko włączały materiały tekstowe lub wizualne tworzone przez osoby postronne, protestujących lub dziennikarzy obywatelskich. Ponadto w artykułach informacyjnych rzadko zamieszczano cytaty lub linki do materiałów ze stron internetowych protestujących, grup na Facebooku czy blogów⁵³⁴. Oficjalna sprawozdawczość z demonstracji była szeroko krytykowana za zbyt duże skupienie się na spektaklu i przemocy, która towarzyszyła działaniom protestujących, oraz za niezwrócenie wystarczającej uwagi na przyczyny protestów⁵³⁵.

Podczas zamieszek w Toronto w 2010 roku media społecznościowe i alternatywne odegrały kluczową rolę w organizowaniu protestów i relacjonowaniu wydarzeń w czasie rzeczywistym, co było określane jako „wojna medialna”. Ostatecznie protesty doprowadziły do masowych aresztowań, a policja została skrytykowana za brutalność, jednak nie doszło do większych zmian politycznych ani społecznych.

4.11. Jaśminowa rewolucja w Tunezji 2010-2011

Niespodziewane demokratyczne powstanie, które rozpoczęło się w Tunezji na początku 2011 roku, szybko rozszerzyło się na większość krajów arabskich. Protesty społeczne zapoczątkowały łańcuch bezprecedensowych wydarzeń, których skutki nadal mocno odczuwane są w całym regionie.

⁵³² T. Poell, *Social media and the transformation of activist communication: exploring the social media ecology of the 2010 Toronto G20 protests*, „Information, Communication and Society”, Vol.17, No.6, 2014, s. 716.

⁵³³ D. Kellar, *Presenting the Movement's...*, dz. cyt., 71-80.

⁵³⁴ S. Keyes, *Exploring Media Constructions of the Toronto G20 Protests: Images, the Protest Paradigm and the Impact of Citizen Journalism*, https://scholar.uwindsor.ca/etd/4728/?utm_source=scholar.uwindsor.ca%2Fetd%2F4728&utm_medium=PDF&utm_campaign=PDFCoverPages, 01.05.2020.

⁵³⁵ E. Borra, T. Poell, *Twitter, YouTube and Flickr as platforms of alterantive journalism: The social media account of the 2010 Toronto G20 protests*, „Journalism”, nr 13(6), 2011, s. 705.

Pewien incydent postrzegany jest na całym świecie jako bodziec, który wywołał przewrót w tym kraju. Było to samobójstwo Mohameda Bouaziziego. Dobrze wykształcony 26-letni Tunezyjczyk, nie mogąc znaleźć pracy odpowiadającej jego kwalifikacjom, zaczął sprzedawać owoce i warzywa w Sidi Bouzid, swoim rodzinnym mieście. Na przeszkodzie stanęli mu policjanci oczekujący łapówek za brak wymaganych zezwoleń. Zrozpaczony brakiem realnej przyszłości 17 grudnia 2010 roku Bouazizi podpalił się przed biurem gubernatora. Jego śmierć wywołała wzburzenie wśród mieszkańców Sidi Bouzid, którzy utożsamiając się z mężczyzną, w reakcji na to wydarzenie wyszli w proteście na ulice⁵³⁶. To symboliczne zdarzenie przelało czarę goryczy długich lat represji i tortur stosowanych przez autorytarny reżim Bena Aliego.

Wkrótce po przypadku tunezyjskim fala niepokojów rozlała się po całym regionie arabskim. Najpierw uderzyła w Algierię, gdzie 28 grudnia 2011 roku rozpoczęły się wielkie protesty, następnie dotarła do Jordanii, Egiptu, Jemenu, Iraku, Bahrajnu, Libii, Kuwejtu, Maroka i Syrii. We wszystkich tych miejscach protesty doprowadziły do zmiany rządu bądź pewnych reform politycznych. W mniejszym stopniu doszło do protestów również w innych krajach, takich jak Mauretania, Oman, Arabia Saudyjska, Sudan czy Liban. Wszczęte tam rewolty wstrząsnęły regionem w 2012 roku⁵³⁷.

W efekcie zamieszek aż w czterech krajach arabskich doszło do obalenia rządów. Prezydent Tunezji Ben Ali uciekł 14 stycznia 2011 roku do Arabii Saudyjskiej, a prezydent Egiptu Hosni Mubarak podał się do dymisji 11 lutego 2011 roku, zaledwie 18 dni po rozpoczęciu protestów. W Libii Mu'ammar al-Kaddafi został obalony 23 sierpnia 2011 roku, a następnie zabity 20 października 2011 roku po przejściu kontroli przez Narodową Radę Tymczasową (NTC) nad jego rodzinnym miastem Syrta. Wreszcie w Jemenie odbyły się wybory prezydenckie, a 27 lutego 2012 roku prezydent Ali Abdullah Saleh przekazał władzę Abd Rabbuhowi Mansurowi Al-Hadiemu. W innych krajach regionu fala powstań zmusiła wielu przywódców do zreformowania konstytucji swoich krajów, co miało miejsce w Maroku, lub do ogłoszenia, że nie będą się ubiegać o reelekcję, jak w przypadku premiera Iraku Nouriego al-Malikiego⁵³⁸.

⁵³⁶ P. Aarts, P. van Dijke, I. Kolman, J. Statema, G. Dahhan, *From Resilience...*, dz. cyt., s. 49

⁵³⁷ A. Gani, *Arab Spring: The History of the Revolutions in Middle East and North Africa*, https://www.academia.edu/8761742/Arab_Spring_The_History_of_the_Revolutions_in_Middle_East_and_North_Africa_25_09_2014, 19.01.2022.

⁵³⁸ R. Salanova, *Social media and political change: The case of the 2011 revolutions in Tunisia and Egypt*, „Institut Català Internacional per la Pau”, nr 2012/7, Barcelona, 2012, s. 17-18.

W latach 90. XX wieku decydenci polityczni w całym świecie muzułmańskim przyjmowali bardzo różne strategie w odpowiedzi na możliwości i zagrożenia związane z wykorzystaniem technologii informacyjno-komunikacyjnych. Podczas gdy ustabilizowane demokracje dopuszczały wolną konkurencję w zakresie tych technologii, w większości krajów autokratycznych tempo ich rozwoju wyznaczane było przez państwowych dostawców usług telekomunikacyjnych, mających na nie monopol. Równocześnie instytucje te monitorowały i regulowały treści *online* i podlegały bezpośrednio rządowi⁵³⁹.

Tunezja przyjmowała pozycję pośrednią między modelami demokratycznymi a autorytarnymi. Zgodnie z wielokrotnie powtarzanym przez prezydenta Bena Aliego pragnieniem rozwoju Internetu w Tunezji, jego rząd od połowy lat 90. intensywnie inwestował w sektor telekomunikacyjny. Na skutek tego w XXI wieku Tunezja posiadała już jedną z najlepiej rozwiniętych infrastruktur telekomunikacyjnych w Afryce Północnej, z dwunastoma konkurującymi ze sobą dostawcami usług internetowych⁵⁴⁰.

W 2008 roku 1,7 mln z 10,2 mln mieszkańców Tunezji było użytkownikami Internetu, a 90% Tunezyjczyków posiadało telefon komórkowy⁵⁴¹. Aż 84% użytkowników Internetu miało do niego dostęp w domu, 75,8% korzystało z niego w pracy, a 24% z publicznych kawiarenek internetowych⁵⁴². Tunezyjczycy, dla których komputery osobiste były nadal zbyt drogie, surfowali w sieci dzięki 300 publicznym kafejkom internetowym utworzonym przez władze w całym kraju. Natomiast w sektorze edukacji odnotowano 100-procentową łączność z uniwersytetami, laboratoriami badawczymi, szkołami średnimi i podstawowymi⁵⁴³.

Strategia Bena Aliego, polegająca na przedstawianiu siebie jako demokracji Internetu i wzoru do naśladowania w promowaniu ICT w krajach rozwijających się, dobrze się sprawdziła na arenie międzynarodowej – w 2001 roku Tunezja została wybrana na go-

⁵³⁹ P. N. Howard, *The Digital Origins of Dictatorship and Democracy. Information technology and Political Islam*, Oxford University Press, Oxford, 2011, s. 57-59.

⁵⁴⁰ Reporters Without Borders, *Internet Under Surveillance 2004 - Tunisia, 2004*, <https://www.refworld.org/docid/46e691963a.html>, 16.01.2022.

⁵⁴¹ Freedom House, *Freedom on the Net 2009 - Tunisia, 1 April 2009*, <https://www.refworld.org/docid/49d4759428.html>, 16.01.2022.

⁵⁴² *Tunisia's Internet users spent over US\$ 132.7 million in B2C e-commerce during the past 12 months*, <https://www.albawaba.com/business/tunisia's-internet-users-spent-over-us-1327-million-b2c-e-commerce-during-past-12-months>, 16.01.2022.

⁵⁴³ *Internet Filtering In Tunisia – The OpenNet Initiative Report*, <https://nawaat.org/2009/08/12/internet-filtering-in-tunisia-the-opennet-initiative-report/>, 16.01.2022.

spodarza drugiego etapu Światowego Szczytu Społeczeństwa Informacyjnego ONZ (WSIS) w 2005 roku. Celem tego ostatniego było „opracowanie i wspieranie jasnej deklaracji woli politycznej oraz podjęcie konkretnych kroków w celu stworzenia podstaw społeczeństwa informacyjnego dla wszystkich, z uwzględnieniem wszystkich różnorodnych interesów”⁵⁴⁴.

Znaczenie technologii internetowych w tej wczesnej fazie znalazło odzwierciedlenie w kampanii informacyjnej. Media państwowe ignorowały samospalenie Bouaziziego i związane z nim protesty do czasu, aż protesty się rozprzestrzeniły i nie można już było ich zignorować – prawie dwa tygodnie później. W pierwszych dniach istniało jednak niebezpieczeństwo, że protesty osłabną i nie przyniosą żadnych efektów, podobnie jak protesty w regionie górniczym dwa lata wcześniej. Aktywiści medialni starali się więc dotrzeć z informacją za pomocą nietradycyjnych środków. Kluczowe dla tych działań były filmy zamieszczane na portalach wymiany wideo, które następnie trafiały do międzynarodowych mediów informacyjnych takich jak Al Jazeera⁵⁴⁵ czy CNN⁵⁴⁶. Kuzyn Bouaziziego umieścił na YouTube nagranie z pierwszego dnia protestu, które później pokazała Al Jazeera. Ponieważ wiele gospodarstw domowych w Tunezji ma dostęp do telewizji satelitarnej, historia ta mogła się rozprzestrzenić⁵⁴⁷. Inni aktywiści wrzucali do sieci filmy nagrane telefonami komórkowymi przez cały miesiąc trwania powstania, aby można je było obejrzeć w Internecie lub w podobny sposób odebrać i pokazać w międzynarodowej telewizji. Jeśli ktoś nie wiedział, jak przesłać film (prawdopodobnie wymagało to proxy, aby obejść cenzurę państwową), inni robili to za niego⁵⁴⁸.

W początkowej fazie podobną rolę odgrywały blogi, ale ze względu na ich bardziej ograniczony zasięg nie docierały bezpośrednio do tak wielu gospodarstw domowych, jak telewizja satelitarna.

Blogerka Lina Ben Mhenni jest jedną z niewielu tunezyjskich cyberaktywistek i cyberaktywistów, którzy pisali i tweetowali pod swoim prawdziwym nazwiskiem, gdy u

⁵⁴⁴ About WSIS, <https://www.itu.int/net/wsis/basic/about.html>, 16.01.2022.

⁵⁴⁵ A. al-Sharekh, *Reform and Rebirth in the Middle East*, „Survival”, nr 53(2), 2011, s. 56-57.

⁵⁴⁶ M. Bashiri, S. Netzley, A. Greiner, *Facebook revolutions: Transitions in the Arab world, transitions in media coverage? A comparative analysis of CNN and Al Jazeera English's online coverage of the Tunisian and Egyptian revolutions*, „Journal of Arab and Muslim Media Research”, nr 5(1), 2012, s. 26 – 27.

⁵⁴⁷ Y. Ryan, *How Tunisia's revolution began*, <https://www.aljazeera.com/features/2011/1/26/how-tunisia-revolution-began>, 23.01.2022.

⁵⁴⁸ S. Lowrance, *Was the revolution Tweeted? Social Media and the Jasmine Revolution in Tunisia*, „Digest of Middle East Studies”, vol. 25 nr 1, 2016, s. 164.

władzy był jeszcze były prezydent Ben Ali. Na początku stycznia pojechała do Sidi Bouzid i była jedyną blogerką w Regueb i Kasserine, kiedy siły bezpieczeństwa dokonały tam masakry ludności cywilnej. Jej relacje i zdjęcia zabitych i rannych sprawiły, że inni tunezyjscy aktywiści i międzynarodowe media wiedziały, co działo się w centrum kraju w najbardziej brutalnych dniach powstania. Jej teksty były jednym z niewielu źródeł z pierwszej ręki na temat powstania, pochodzących z wewnątrz kraju, w czasie, gdy zagraniczni dziennikarze mieli zakaz wstępu, a media krajowe były narzędziem rządu⁵⁴⁹.

Podobnie opozycyjny portal blogowy Nawaat, założony w 2004 roku, na bieżąco relacjonował na swoich stronach protesty w Sidi Bouzid. Portal Nawaat stał na czele kampanii na rzecz wolności Internetu i działał jako alternatywne źródło informacji w czasach Bena Aliego. Na przykład w 2006 roku Nawaat udokumentował lokalizację i status tunezyjskich więźniów politycznych na stworzonej na portalu „mapie więzień”. Zachęcał do tworzenia treści przez użytkowników, prosząc o zdjęcia i daty lotów samolotu Bena Aliego. Informacje zostały skompilowane na YouTube w film śledzący ruchy prezydenckiego samolotu. Podkreślono w ten sposób powszechny zarzut nadużywania pieniędzy podatników na nieoficjalne podróże⁵⁵⁰.

Przez cały czas trwania protestów tunezyjskie blogi i media społecznościowe świadomie funkcjonowały w tandemie ze starszymi platformami medialnymi, aby dotrzeć do większej liczby odbiorców, czyniąc tę konwergencję, czy też interakcję hipermedialną, bardziej znaczącą niż sam Internet. Blogi stanowiły jednak źródła, z których międzynarodowe serwisy informacyjne mogły czerpać, relacjonując wydarzenia w Sidi Bouzid⁵⁵¹.

W kolejnej fazie rewolucji, która obaliła Bena Aliego, protesty rozprzestrzeniły się z bezpośredniego otoczenia Sidi Bouzid na takie miasta jak Kasserine, Rgeb, Thala i Sfax. To właśnie w tym momencie aktywiści przyznali, że wiedzieli, iż protesty w Sidi Bouzid doprowadzą do czegoś większego. Ponadto policja stawiała się coraz bardziej

⁵⁴⁹ Y. Ryan, *Tunisian blogger becomes Nobel Prize Nominee*, <https://www.aljazeera.com/features/2011/10/21/tunisian-blogger-becomes-nobel-prize-nominee/>, 23.01.2022.

⁵⁵⁰ S. Lowrance, *Was the revolution ...*, dz. cyt., s. 164.

⁵⁵¹ A.A. Kallander, *From TUNeZINE to Nhar 3la 3mmar: A reconsideration of the role of the bloggers in Tunisia's revolution*, <https://www.arabmediasociety.com/from-tunezine-to-nhar-3la-3mmar-a-reconsideration-of-the-role-of-bloggers-in-tunisia-revolution/>, 23.01.2022.

agresywna, co dodatkowo dawało mediom alternatywnym możliwość informowania o nadużyciach i przemocy tej jednostki. Kontrolowane przez państwo media zaczęły się krótko odnosić do protestów w Sidi Bouzid, ale głównie w sposób lekceważący⁵⁵².

Media społecznościowe i blogi odegrały podobną rolę jak w poprzedniej fazie, omiły media państwowe i dotarły z informacją do Tunezyjczyków. W tym momencie jednak informacje nie dotyczyły tylko wydarzeń, ale miały charakter aktywizujący wielu Tunezyjczyków. Rola „dysydencka” informacji internetowej pozostała, ale została zintensyfikowana i stała się bardziej prestiżowa, gdy historie i obrazy brutalności policji przeniknęły z telewizji satelitarnej i blogów na Facebooka. Tysiące zwykłych obywateli, którzy na co dzień korzystali z tego medium społecznościowego, mogło zobaczyć dowody brutalności policji dzięki rosnącej tendencji do udostępniania zdjęć w sieci. Choć dzielenie się obrazami z zamieszk mogło być potencjalnie niebezpieczne ze względu na ciągłe wysiłki reżimu mające na celu kontrolowanie sieci, rosnąca liczba internautów przekazujących je dalej ośmielała coraz więcej osób do czytania i dzielenia się odmiennymi informacjami. Na przykład w wywiadzie jeden z młodych aktywistów w Tunisie opisał znaczenie alternatywnych mediów w tym okresie jako szokujące dla zwykłych Tunezyjczyków, którzy wcześniej mieli niewiele informacji nt. brutalności policji, w przeciwieństwie do niewielkiej grupy aktywistów, którzy mieli dostęp do takich informacji. W szczególności obrazy (filmy, zdjęcia) zamieszczane na Facebooku stanowiły sposób na szybkie i emocjonalnie przekonujące nagłośnienie sprzeciwu. Dzielenie się takimi zdjęciami i komentowanie ich było niebezpieczne, ale ludzie robili to coraz częściej – w momencie największego rozwoju rewolucyjnych protestów⁵⁵³.

W ostatniej fazie rewolucji protesty dotarły do głównych miast, w tym do Tunisu. W tej fazie, trwającej około tygodnia, doszło do kilku masakr dokonanych przez policję w Thali i Kasserine. Wywołały one wystarczające oburzenie, by zmobilizować znaczną liczbę osób w największych miastach Tunezji⁵⁵⁴. 12 stycznia 2011 roku w drugim co do wielkości mieście Tunezji, Sfax odbył się strajk generalny⁵⁵⁵, który sparaliżował miasto

⁵⁵² B. Daraghai, *Tunisia's uprising was three years in the making*, <https://www.latimes.com/archives/la-xpm-2011-jan-27-la-fg-tunisia-uprising-20110127-story.html>, 23.01.2022.

⁵⁵³ S. Lowrance, *Was the revolution ...*, dz. cyt., s. 163-165.

⁵⁵⁴ B. Daraghai, *Tunisia's uprising...*, dz. cyt.

⁵⁵⁵ *The roots of success for Tunisia's Revolution*, <https://www.socialwatch.org/node/14160>, 22.01.2022.

i dał sygnał, że sprzeciw ma szeroki zasięg. 30 tysięcy osób pojawiło się na demonstracji podczas strajku w mieście, największej za czasów prezydentury Bena Aliego⁵⁵⁶. 14 stycznia w Tunisie ogłoszono drugi strajk generalny, jednak do strajku nie doszło, ponieważ Ben Ali ostatecznie uciekł z kraju⁵⁵⁷.

W tej fazie Internet nadal odgrywał podobną rolę, jak w poprzednich dwóch fazach, ale koordynacja działań za pośrednictwem Twittera i Facebooka rosła wraz z rozprzestrzenianiem się protestów ze stosunkowo małych miast, gdzie informacja przekazywana ustnie była skuteczna, do dużych miast, gdzie była znacznie mniej skuteczna. W dużych miastach znajdowały się również grupy studentów z dostępem do Internetu i umiejętnościami, a często także z wcześniejszym doświadczeniem mobilizacyjnym na kampusach uniwersyteckich. To właśnie w tej fazie uwidoczniła się „koordynacyjna” funkcja informacji internetowej⁵⁵⁸.

Aby zrozumieć fenomen cyberaktywizmu w tunezyjskiej rewolucji, należy pamiętać, że był on tam obecny na długo przed Arabską Wiosną. Już w 1998 roku dwóch aktywistów o pseudonimach „Foetus” i „Waterman” założyło grupę *Takriz12* i określiło ją jako „sieć cybermyśli i ulicznego oporu”. Od samego początku grupa skupiała się na politycznie wyobcowanej młodzieży. Jej agresywny slang uliczny, radykalne przesłania i ironiczne kpiny z władz szybko przyciągnęły uwagę reżimu. Strona internetowa *Takriz* została zablokowana w Tunezji w sierpniu 2000 roku, ale wkrótce pojawiły się inne tego typu portale.

Jednym z nich był *TuneZine*, satyryczny polityczny magazyn internetowy. Pod pseudonimem *Et-tounsi13* jego założyciel Zouhair Yahyaoui publikował liczne felietony i eseje krytykujące korupcję w rządzie i brak praworządności. W 2002 roku Yahyaoui został aresztowany w jednej z tunezyjskich kawiarenek internetowych⁵⁵⁹.

Podczas rewolucji tunezyjskiej Internet, a w szczególności platformy społecznościowe, były przez Tunezyjczyków szeroko wykorzystywane. Dostęp do Internetu i wyłaniająca się koncepcja blogów, a także różne formy mediów społecznościowych

⁵⁵⁶ M. Angrist, *Understanding the Success of Mass Civic Protest in Tunisia*, „The Middle East Journal”, Vol. 67 No. 4, 2013, s. 560.

⁵⁵⁷ M. Ayari, V. Geisser, A. Krefa, *Chronique d'une révolution (presque) annoncée*, „L'Année du Maghreb”, No. VII, 2011, s. 359–387.

⁵⁵⁸ S. S. Lowrance, *Was the revolution ...*, dz. cyt., s. 166.

⁵⁵⁹ Z. Sawicka, *Wpływ nowych mediów na przemiany polityczne wybranych państw Bliskiego Wschodu na przykładzie Arabskiej Wiosny*, Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa, 2017, s. 118 - 119

online, takich jak Facebook i Twitter, „oznaczały, że dostępna stała się nowa arena, na której społeczeństwo mogło wyrażać poglądy, pomysły i krytykę, komentować codzienne sprawy, dyskutować na tematy kulturalne, społeczne, religijne, a nawet polityczne”⁵⁶⁰.

4.12. Zamieszki w Londynie w 2011 roku

Zamieszki w Londynie zaczęły się 4 sierpnia 2011 roku, podczas protestu przeciwko policyjnemu zastrzeleniu młodego mężczyzny Marka Duggana. Rozruchy szybko rozprzestrzeniły się na kilka dzielnic Londynu i trwały cztery noce. Niepokoje uliczne przeniosły się też do innych miast w Wielkiej Brytanii, ale na mniejszą skalę. Według niektórych źródeł, powodem zamieszek był gniew przeciwko brutalnemu traktowaniu przez policję, a także skargi na rosnące nierówności i cięcia w usługach publicznych. Inne źródła podają natomiast, że motywacją nie był protest, ale przestępczość, ponieważ buntownicy wykorzystali bezprecedensową okazję do kradzieży dóbr konsumpcyjnych⁵⁶¹.

Środki masowego przekazu i politycy rozwinęli dyskurs twierdzący, że to media społecznościowe i mobilny Internet spowodowały zamieszki. Premier David Cameron powiedział: „Wszystkich, którzy śledzili te straszne działania, uderzył sposób, w jaki zostały zorganizowane za pośrednictwem mediów społecznościowych”⁵⁶². Brytyjska minister spraw wewnętrznych Theresa May powiedziała, że „serwisy społecznościowe, takie jak Twitter i Facebook oraz usługi wysyłania wiadomości, jak BlackBerry Messenger, zostały wykorzystane do koordynowania przestępczości i wyprzedzania policji o jeden krok”⁵⁶³.

Nagłówki gazet i raporty interpretowały te wydarzenia podobnie:

⁵⁶⁰ S. Khamis, *The Transformative Egyptian Media Landscape: Changes, Challenges and Comparative Perspectives*, <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/813/592>, 20.01.2022.

⁵⁶¹ M. Biggs, A. L. Kalleberg, *The causes and consequences of the 2011 London riots*, <https://blog.oup.com/2015/03/social-forces-london-riots/>, 22.07.2020.

⁵⁶² J. Halliday, *David Cameron considers banning suspected rioters from social media*, <https://www.theguardian.com/media/2011/aug/11/david-cameron-rioters-social-media>, 22.07.2020.

⁵⁶³ Home Affairs Committee – Sixteenth Report, *Policing Large Scale Disorder: Lessons from the disturbances of August 2011*, <https://publications.parliament.uk/pa/cm201012/cmselect/cmhaff/1456/145602.htm>, 22.07.2020.

- „Wiedząc, że protest w sprawie policyjnej strzelaniny Marka Duggana przerodził się w przemoc, była przekazywana przez tysiące użytkowników Twittera, zanim dziennikarze dotarli na miejsce”⁵⁶⁴;
- „Zamieszki w Londynie: jak BlackBerry Messenger został wykorzystany do zaplanowania dwóch nocy grabieży”⁵⁶⁵;
- „Zniszczenie podsycane przez wykorzystanie Twittera i innych mediów społecznościowych zostało potępione przez polityków wszystkich partii”⁵⁶⁶;
- „BlackBerry Messenger (BBM) wydaje się być preferowaną metodą planowania zamieszek, które przetoczyły się przez północny Londyn od sobotniego wieczoru”⁵⁶⁷;
- „Jak technologia podsyciła pierwsze brytyjskie zamieszki w XXI wieku. Zamieszki w Tottenhamie zaaranżowane zostały przez nastoletnich członków gangu, którzy wykorzystywali najnowszą technologię telefonii komórkowej do podżegania i filmowania grabieży i przemocy. Członkowie gangu używali smartfonów BlackBerry, zaprojektowanych jako narzędzia komunikacji dla wysoko postawionej kadry kierowniczej, do organizowania chaosu”⁵⁶⁸;
- „Wiadomości w serwisie [BlackBerry Messenger – dop. aut.] wraz z postami na Twitterze pomagały rozpowszechniać lokalizacje zamieszek”⁵⁶⁹;
- „Media społecznościowe [...] zostały wykorzystane do osiągnięcia tych poziomów chciwości i przestępczości”⁵⁷⁰;

⁵⁶⁴ J. Ball, P. Lewis, *Twitter and the riots: how the news spread*, <https://www.theguardian.com/uk/2011/dec/07/twitter-riots-how-news-spread>, 23.07.2020.

⁵⁶⁵ Ch. Williams, *London riots: how BlackBerry Messenger has been used to plan two nights of looting*, <https://www.telegraph.co.uk/technology/blackberry/8688651/London-riots-how-BlackBerry-Messenger-has-been-used-to-plan-two-nights-of-looting.html>, 22.07.2020.

⁵⁶⁶ S. Dixon, J. Twomey, S. Westcott, *Thugs use Twitter to call for copycat riots across the UK*, <https://www.express.co.uk/news/uk/263637/Thugs-use-Twitter-to-call-for-copy-cat-riots-across-the-UK>, 22.07.2020.

⁵⁶⁷ J. Halliday, *London riots: BlackBerry to help police probe Messenger looting 'role'*, <https://www.theguardian.com/uk/2011/aug/08/london-riots-blackberry-messenger-looting>, 23.07.2020.

⁵⁶⁸ M. Holehouse, D. Millward, *How technology fuelled Britain's first 21st century riot*, <https://www.telegraph.co.uk/news/uknews/crime/8687432/How-technology-fuelled-Britains-first-21st-century-riot.html>, 22.07.2020.

⁵⁶⁹ *It's unbelievable BlackBerry Messenger hasn't been shut down': Mayor's aide calls for ban on riot 'tool'*, <https://www.dailymail.co.uk/news/article-2023924/London-riots-2011-BlackBerry-Messenger-shut-unbelievable.html>, 23.07.2020.

⁵⁷⁰ A. France, B. Flynn, „Nail the Twitter rioters”, <https://www.thesun.co.uk/archives/news/706478/nail-the-twitter-rioters/> 23.07.2020

– „Zamieszki te są organizowane przez nastoletnich członków gangu za pomocą smartfonów BlackBerry”⁵⁷¹.

W opublikowanym w „The Economist” artykule autor zastanawiał się nad związkiem między technologią a rozruchami, sugerując, że za zamieszki w dużej mierze odpowiedzialna jest zaszyfrowana usługa BBM oferowana przez telefony BlackBerry⁵⁷². Fakt, że usługa „Blackberry's Encrypted Messenger Service” umożliwia użytkownikom jednoczesne wysyłanie prywatnych wiadomości grupowych do swoich kontaktów, zapewniała również poziom skuteczności i anonimowości niedostępny w serwisach społecznościowych, takich jak Facebook czy Twitter⁵⁷³. Brytyjcy parlamentarzyści wyrazili opinię, że w przyszłych sytuacjach kryzysowych media społecznościowe powinny zostać zamknięte, podczas gdy szefowie oskarżonych organizacji, typu Facebook, Twitter i RiM, argumentowali, że taka propozycja jest nieetyczna i sprzeczna z ogólnym interesem publicznym. Komendant Policji West Midlands określił media społecznościowe jako powodujące „strasznie dużo hałasu” podczas nocnych zamieszek. Podkreślił, że pogarszają sytuację i sprawiają, iż opinia publiczna uważa przemoc za znacznie bardziej rozpowszechnioną, niż jest w rzeczywistości⁵⁷⁴. Pogląd ten został powtórzony przez szereg dziennikarzy, komentatorów społecznych i polityków, w tym Davida Lammyego, parlamentarzystę z Tottenham, który wezwał do zawieszenia usługi BBM⁵⁷⁵ oraz premiera Wielkiej Brytanii Davida Camerona, który zasugerował Izbie Gmin wyłączenie usługi w celu uniemożliwienia potencjalnym buntownikom ułatwienia dalszej przemocy. Cameron bronił tego posunięcia, argumentując, że „policja stanęła w obliczu nowej okoliczności, w której uczestnicy zamieszek wykorzystywali usługę BBM, zamkniętą sieć, do organizowania zamieszek”⁵⁷⁶.

⁵⁷¹ L. Hanna, T. Pettifor, „London Riots: Why young rioters pick BlackBerry to organise looting”, <https://www.mirror.co.uk/news/technology-science/technology/london-riots-why-young-rioters-pick-146568> 23.07.2020

⁵⁷² „Technology and disorder – The BlackBerry riots”, <https://www.economist.com/britain/2011/08/13/the-blackberry-riots> 3.06.2020

⁵⁷³ S. Baker, *From the criminal crowd to the “mediated crowd”: the impact of social media on the 2011 English riots*, „Safer Communities”, Vol. 11 No. 1, 2011, s. 40-49

⁵⁷⁴ J. Morton, *The role of social media in the 2011 London riots: A critical analysis*, https://www.researchgate.net/publication/283641849_The_role_of_social_media_in_the_2011_London_riots_A_critical_analysis, 29.07.2020.

⁵⁷⁵ *Technology and disorder – The BlackBerry riots*, <https://www.economist.com/britain/2011/08/13/the-blackberry-riots>, 3.06.2020.

⁵⁷⁶ R. Cellan-Jones, *Home to a social media crackdown?*, <http://www.bbc.co.uk/news/mobile/technology-14526833>, 3.06.2020.

Badania „Reading the Riots” sugerują, że równie istotną rolę mogły odegrać dramatyczne obrazy przekazywane w całym kraju za pośrednictwem głównych mediów. Ponad 100 z 270 rozmówców biorących udział w badaniach wspomniało o zamieszkach za pośrednictwem wiadomości telewizyjnych – więcej niż tych, którzy słyszeli o nich, korzystając z Twittera, SMS-ów, Facebooka czy BlackBerry Messengera. Niektórzy buntownicy mówili również, że to wpływ transmisji telewizyjnych skusił ich do zaangażowania się w bunt⁵⁷⁷. Na przykład pewien 25-latek z południowego Londynu używał swojego samochodowego sprzętu stereo zamiast mediów społecznościowych do śledzenia rozruchów. „Nie trzeba było mieć Facebooka ani BB [BlackBerry]”, powiedział. „Można było po prostu słuchać radia, każdej stacji, która mówiła o tym, co się działo dzisiaj, i można było się dowiedzieć, gdzie można się udać, aby znaleźć zamieszki; to było proste”⁵⁷⁸.

Sieci telewizyjne były również krytykowane za to, że poprzez wielokrotne odtwarzanie tych samych nagrań ludzie myśleli, że w niektórych rejonach istnieje „strefa wojny”. Telewizyjne serwisy informacyjne były oskarżane o szerzenie pogłosek, które bez weryfikacji publikowane były na pasku informacyjnym⁵⁷⁹.

Krytycznie do roli telewizji w zamieszkach odnieśli się również autorzy raportu „5 days in August”. Pisali oni: „W pełni popieramy wolność prasy. Doceniamy wyzwania związane z doniesieniami o wydarzeniach o dużej skali, szybko zmieniających się, zakłócających porządek publiczny. Jednak niezależnie od tego, ze względu na potencjalne konsekwencje niedokładnych doniesień, istotne jest, aby komunikaty telewizyjne były precyzyjne, a związek między zgłaszaną kwestią a towarzyszącymi jej obrazami był jasny. Zasięg mediów zapewnia użyteczny kanał dotarcia do poszkodowanych obywateli. Służby publiczne powinny współpracować z mediami w celu lepszego wykorzystania tej możliwości w przypadku przyszłych zakłóceń”⁵⁸⁰.

⁵⁷⁷ *Reading the Riots*, <http://eprints.lse.ac.uk/46297/1/Reading%20the%20riots%28published%29.pdf>, 29.07.2020.

⁵⁷⁸ Y. Adegoke, J. Ball, *Twitter? Facebook? Rioters saw it on TV*, <https://www.theguardian.com/uk/2011/dec/07/twitter-facebook-rioters-saw-it-on-tv>, 3.06.2020.

⁵⁷⁹ A. Laughlin, *England riots 'made worse' by media coverage, finds report*, <https://www.digitalspy.com/media/a373637/england-riots-made-worse-by-media-coverage-finds-report/>, 3.06.2020.

⁵⁸⁰ *5 Days in August*, <https://www.tedcandle.co.uk/publications/065%205%20days%20in%20August%20Interim%20Report%20Riots%202011.pdf>, 29.07.2020.

Media społecznościowe i komunikatory odegrały istotną rolę w organizowaniu protestów i koordynacji działań uczestników podczas zamieszek w Londynie. Choć politycy i media obwiniali te platformy za sprzyjanie zamieszkom, badania pokazały, że tradycyjne media, w tym telewizja, również znacząco wpłynęły na rozwój wydarzeń, potęgując poczucie chaosu.

4.13. Occupy Wall Street w 2011 roku

Ruch Occupy Wall Street (OWS) rozpoczął się w Zuccotti Park, od protestu przeciwko nierównościom społecznym i ekonomicznym⁵⁸¹. 17 września 2011 roku kilkuset działaczy przemaszerowało na Wall Street, w pobliżu nowojorskiej giełdy papierów wartościowych⁵⁸². Celem ruchu była sprawiedliwość ekonomiczna – protestujący wzywali do wprowadzenia „podatku od transakcji” od spekulacji finansowych, przywrócenia ustawy Glass-Steagall i oddzielenia bankowości inwestycyjnej od komercyjnej⁵⁸³.

Ruch ten został powielony przez inne miasta w całej Ameryce, tj. Occupy Oakland, Occupy Chicago, a później globalnie – Occupy London, Occupy Rome⁵⁸⁴. Ruch Occupy Wall Street był pierwszym na światową skalę postmodernistycznym powstaniem. Do końca 2011 roku zainspirował ponad dwa tysiące innych solidarnościowych protestów i aktywności społecznych na całym świecie⁵⁸⁵.

Occupy Wall Street została po raz pierwszy zainicjowana przez kanadyjską grupę aktywistów „Adbusters”, a dokładniej przez jej członków Kallea Lasna⁵⁸⁶ i Micaha White’a⁵⁸⁷. „Adbusters” wyszli z pomysłem obozowiska, zaproponowali też datę rozpoczęcia pierwszej okupacji i nazwę protestu⁵⁸⁸. Ruch określił swoją tożsamość jako

⁵⁸¹ *OccupyWallStreet. We are the 99 percent*, <http://occupywallst.org/about/>, 03.06.2020.

⁵⁸² H. Gautney, *What is Occupy Wall Street? History of leaderless movements*, https://www.washingtonpost.com/national/on-leadership/what-is-occupy-wall-street-the-history-of-leaderless-movements/2011/10/10/gIQAwkFjaL_story.html, 03.06.2020.

⁵⁸³ A. Tewary, *From Occupy Protests to the Platforms*, <https://www.commondreams.org/views/2016/07/22/occupy-protests-platforms>, 26.05.2020.

⁵⁸⁴ E. Clark, *Social Movement & Social Media: A qualitative study of Occupy Wall Street*, Södertörn University, School of Culture and Communication, Sztokholm 2012, s.16

⁵⁸⁵ B. Brucato, *The Crisis and a Way Forward: What We Can Learn from Occupy Wall Street*, „Humanity & Society”, Nr 36.1, 2012, s.77-78

⁵⁸⁶ P. Kingsley, *Kalle Lasn: the man who inspired the Occupy movement*, <https://www.theguardian.com/world/2012/nov/05/kalle-lasn-man-inspired-occupy>, 26.05.2020.

⁵⁸⁷ M. White, *I co-founded Occupy Wall Street. Now I'm headed to Davos. Why?*, <https://www.theguardian.com/commentisfree/2020/jan/18/occupy-wall-street-davos>, 26.05.2020.

⁵⁸⁸ M. Schwartz, *Pre-occupied*, <https://www.newyorker.com/magazine/2011/11/28/pre-occupied>, 26.05.2020.

„99%”, co oznacza, że 1% populacji posiada 40% światowego bogactwa, podczas gdy pozostałe 99% dzieli się z pozostałymi 60%⁵⁸⁹. Grupa szybko rozrosła się do kilku tysięcy protestujących, którzy przejęli i utrzymali kontrolę nad Zuccotti Park⁵⁹⁰.

Media społecznościowe odegrały istotną rolę w inicjatywie Occupy Wall Street. Protestujący używali telefonów komórkowych i serwisów społecznościowych, takich jak Twitter, Facebook i YouTube, aby rozpowszechnić swoje przesłanie na całym świecie⁵⁹¹.

Occupy Wall Street przyjął slogan „We are the 99%”, który pochodzi ze strony Tumblr o tym właśnie tytule⁵⁹². Dwoje działaczy medialnych, Priscilla Grim i Chris, stworzyło tę stronę z zamiarem zidentyfikowania osób, które utożsamiały się z tym sloganem, i stworzenia platformy, w której mogliby dzielić się swoimi historiami⁵⁹³. Occupy Research Network stworzył z Datacenter.org ankietę *online*, która zawierała odpowiedzi 5000 osób na pytania dotyczące rodzajów mediów, których używały do zbierania informacji o ruchu Occupy Wall Street. Ich opinie stanowią doskonałą ilustrację tego, jak wiele platform relacjonowało wydarzenia związane z Occupy Wall Street. W odniesieniu do mediów społecznościowych 64% osób stwierdziło, że korzystało z Facebooka, 23% z Twittera, 24% wybrało bloga, a 29% używało YouTube'a do tworzenia lub oglądania filmów. Przy tworzeniu przekazu OWS aktywiści głównie korzystali z mediów społecznościowych. Ponad 74% respondentów przyznało się do publikowania postów na Facebooku, 18% napisało o wydarzeniach na blogu, a zaledwie 8% nagrało wideo o Occupy⁵⁹⁴.

Badania dla „New York Times” opublikowane 24 listopada 2011 roku pokazały obecność ruchu Occupy w mediach społecznościowych na Facebooku, YouTube, Twitterze i blogach takich jak Tumblr po tym, jak protesty w Zuccotti Park w pobliżu Wall Street stały się wydarzeniem medialnym. W serwisie YouTube z ruchem Occupy zwią-

⁵⁸⁹ J. Van Stekelenburg, *The Occupy Movement: Product of this Time*, „Development Journal”, Vol. 55 (2), 2012, s. 225.

⁵⁹⁰ B. Brucato, *The Crisis and a Way Forward: What We Can Learn from Occupy Wall Street*, „Humanity & Society”, Vol. 36(1), 2012, s.78.

⁵⁹¹ J. Preston, *Protesters Look for Ways to Feed the Web*, <https://www.nytimes.com/2011/11/25/business/media/occupy-movement-focuses-on-staying-current-on-social-networks.html>, 26.05.2020.

⁵⁹² *We Are the 99 Percent*, <http://wearthe99percent.tumblr.com/>, 26.05.2020.

⁵⁹³ A. Weinstein, „*We Are the 99 Percent*” Creators Revealed, <https://www.motherjones.com/politics/2011/10/we-are-the-99-percent-creators/>, 26.05.2020.

⁵⁹⁴ S. Constanza-Chock, *Mic Check! Media Cultures and the Occupy Movement*, „Social Movement Studies: Journal of Social, Cultural and Political Protest”, 11(3-4), 2012, s. 5-6.

zanych było 1,7 miliona filmów, obejranych 73 miliony razy, które zostały oznaczone słowem kluczowym „occupy” w kategorii „Wiadomości i polityka”. Na Facebooku w tym czasie istniało ponad 400 stron związanych z ruchem Occupy, które miały łącznie 2,7 miliona fanów. Zwolennicy ruchu Occupy wykorzystali na Twitterze hashtag #ows do przekazywania bieżących informacji na temat działalności ruchu, a główne konto na Twitterze związane z ruchem, @occupywallstreet, rozrosło się do 94000 obserwujących je osób. Ilość wpisów na Twitterze na temat Occupy wynosiła średnio 400000 do 500000 dziennie⁵⁹⁵.

OWS wydała szereg publikacji drukowanych. Warto wymienić „The Occupied Wall Street Journal”, atrakcyjnie przygotowany biuletyn, którego kilka numerów zostało wydanych w Nowym Jorku z udziałem dziennikarzy ruchu i takich osobistości jak Cornel West i Barbara Kingsolver. „Occupy Gazette” publikował dłuższe artykuły analityczne i opisujące wydarzenia z protestów. Odłamy Occupy w innych miastach wydały też gazety relacjonujące własne wydarzenia i skierowane do lokalnej prasy głównego nurtu⁵⁹⁶.

W 2011 roku technologia strumieniowego przesyłania obrazu na żywo nie była komercyjnie powszechna. Wiele stron internetowych i oprogramowania do transmisji strumieniowej (streamingu) powstało głównie na potrzeby serwisów społecznościowych, czy też relacjonowania gier wideo. Ruch Occupy jako pierwszy wykorzystał je do celów politycznych. Twórcy transmisji Occupy wprowadzili ważne innowacje technologiczne, będąc pionierami w tworzeniu i nadawaniu przekazów na żywo. Transmisje Occupy jesienią 2011 roku zwiększyły oglądalność Livestream i Ustream, dwóch głównych komercyjnych serwisów streamingowych i pomogły im osiągnąć rentowność. Żeby zwiększyć oglądalność, serwis Ustream podarował nawet sprzęt niektórym z najbardziej efektywnych livestreamerów Occupy⁵⁹⁷.

Działalność Occupy Wall Street okazała się trudna do sklasyfikowania przez tradycyjne media, a tym samym do relacjonowania. Nawet wczesne, sympatyzujące felietony w „The New York Times” i „Boston Globe” były w dużej mierze lekceważące. Occupy Wall Street było wtedy w większości przedstawiane jako lokalny kłopot w centrum fi-

⁵⁹⁵ J. Preston, *Protesters Look...*, dz. cyt.

⁵⁹⁶ J. L. Hammond, *Relations of Media Production in Occupy Wall Street*, „International Journal of Communication”, nr 13, 2019, s. 903

⁵⁹⁷ J. Preston, *Occupy Video Showcases Live Streaming*, <https://www.nytimes.com/2011/12/12/business/media/occupy-movement-shows-potential-of-live-online-video.html>, 26.05.2020.

nansowym kraju⁵⁹⁸. Spore zainteresowanie mediów zyskało we wrześniu po tym, jak film pokazujący interwencję policji używającej gazu pieprzowego przeciwko grupie pokojowo protestujących kobiet został umieszczony na platformie YouTube⁵⁹⁹, a następnie wyemitowany w sieciach telewizyjnych i opisany w prasie⁶⁰⁰. Po tym jak Occupy Wall Street zyskało popularność, hasztagi oznaczające ruch, takie jak #OccupyWallStreet, #OccupyWallSt, #Occupy i #OCW można było znaleźć w przekazach większości agencji informacyjnych.

Ruch Occupy Wall Street (OWS) nie spowodował bezpośrednich zmian politycznych, ale znacząco wpłynął na globalną dyskusję o nierównościach ekonomicznych i zainspirował protesty na całym świecie. Media społecznościowe, takie jak Twitter, Facebook i YouTube, odegrały kluczową rolę w mobilizacji uczestników, szerzeniu przekazu ruchu oraz organizacji protestów w czasie rzeczywistym, co pozwoliło OWS zyskać globalny zasięg. Tradycyjne media początkowo ignorowały ruch, ale zainteresowanie wzrosło po nagłośnieniu brutalnych interwencji policyjnych, co przyciągnęło uwagę międzynarodowej opinii publicznej.

4.14. Zamieszki w Brazylii w 2013 roku

„Octowe protesty”⁶⁰¹ w Brazylii zostały początkowo zorganizowane po to, aby przeciwstawić się podwyżkom cen biletów komunikacji miejskiej w czerwcu 2013 roku. Demonstracje zostały później rozszerzone przeciwko ponoszonym kosztom projektów infrastrukturalnych związanych z międzynarodowymi imprezami sportowymi, takimi jak Puchar Konfederacji, Puchar Świata i Letnie Igrzyska Olimpijskie⁶⁰². Żądania protestujących dotyczyły lepszych usług publicznych, mniejszych podatków i właściwego świadczenia socjalnego. Pierwszy duży protest odbył się 6 czerwca w São Paulo,

⁵⁹⁸ D. Folkenflik, *Tracking the Media's Eye on Occupy Wall Street*, <https://www.npr.org/2011/10/13/141320149/tracking-the-medias-eye-on-occupy-wall-street?t=1591191781922>, 24.05.2020.

⁵⁹⁹ *NYPD Police Pepper Spray Occupy Wall Street Protesters (Anthony Bologna)*, <https://www.youtube.com/watch?v=TZ05rWx1pig>, 26.05.2020.

⁶⁰⁰ K. Mc Veigh, *Occupy Wall Street: 'Pepper-spray' officer named in Bush protest claim*, <https://www.theguardian.com/world/2011/sep/27/occupy-wall-street-anthony-bologna>, 26.05.2020.

⁶⁰¹ Ang. „Vinegar protests” zwane również „powstaniem octowym” („Vinegar Uprising”), por. E. Braathen, A.L. da Silva, C. Soerboe, *Brazil's 'Vinegar Uprising' and its effect*, <https://blogg.hioa.no/nibrinternational/2013/07/03/brazils-vinegar-uprising-and-its-effects/>, 05.05.2020.

⁶⁰² M. Sandy, *Brazil kicks off: World Cup excess draws hundreds of thousands to streets protests*, <https://www.independent.co.uk/news/world/americas/brazil-kicks-of...cess-draws-hundreds-of-thousands-to-street-protests-8662863.html>, 05.05.2020.

a 17 czerwca szacunkowo ćwierć miliona protestujących wyszło na ulice największych miast w całym kraju⁶⁰³. W wielu z nich doszło do gwałtownych marszów protestacyjnych i zamieszek miejskich. Następnie demonstracje nazwano „Octowymi protestami”, w odniesieniu do 60 buntowników aresztowanych za noszenie octu jako antidotum na gaz łzawiący i spray pieprzowy stosowany przez policję⁶⁰⁴.

Mobilizacja użytkowników Facebooka i Twittera, dwóch najczęściej używanych wówczas mediów społecznościowych w Brazylii, została uznana za jedną z głównych sił stojących za demonstracjami, które objęły w czerwcu cały kraj. W Internecie zarówno doświadczeni, jak i początkujący użytkownicy stali się organizatorami, komentatorami oraz bohaterami protestów. Twitter był wskazywany przez użytkowników pytanym przez BBC Brazil jako jedno z głównych źródeł informacji w czasie rzeczywistym na temat tego, co się działo podczas demonstracji. Facebook natomiast był wykorzystywany głównie do organizowania protestów i eksponowania stanowisk politycznych. Facebook i Twitter nie ujawniły danych dotyczących liczby nowych profili stworzonych w Brazylii w tym okresie. Wiadomo jednak, że serwisy społecznościowe nie tylko wyprowadziły internautów na ulice, ale również wprowadziły ludzi do swoich sieci⁶⁰⁵.

Technologie cyfrowe odegrały bardzo istotną rolę przy wzmocnieniu zasięgu ruchu, mobilizacji do działania i ominięcia głównego nurtu mediów, zwłaszcza na początku protestów. W ten sposób aktywiści wykorzystywali fora, strony internetowe i platformy mediów społecznościowych do rozpowszechniania swoich postulatów, wzbudzając poczucie pilnej potrzeby zmotywowania ludzi do działania i wyjścia na ulice⁶⁰⁶. Wśród tych działań szczególnie istotne było stworzenie hashtagów na Twitterze #VemPraRua [#WyjdźNaUlicę] i #OGiganteAcordou [#GigantSięObudził]. Między 19 a 21 czerwca

⁶⁰³ *Protestos mobilizaram pelo menos 240 mil pessoas em 11 capitais*, <https://oglobo.globo.com/brasil/protestos-mobilizaram-pelo-menos-240-mil-pessoas-em-11-capitais-8716155>, 06.05.2020.

⁶⁰⁴ E. Braathen, A.L. da Silva, C. Soerboe, *Brazil's 'Vinegar Uprising' and its effects*, <https://blogg.hioa.no/nibrinternational/2013/07/03/brazils-vinegar-uprising-and-its-effects/>, 05.05.2020.

⁶⁰⁵ C. Costa, *Brasileiros 'descobrem' mobilização em redes sociais durante protestos*, https://www.bbc.com/portuguese/noticias/2013/07/130628_protestos_redes_personagens_cc.shtml, 05.05.2020.

⁶⁰⁶ R. A. Ramalho, L.C. da Silva, *#vempraru: a mediação de uma manifestação popular nos sites de redes sociais e a ebulição de uma nova estética audiovisual*, „Colóquio Semiótica das Mídias”, No. 2, 2013, s.1-2

wyrażenie #VemPraRua miało ponad 160000 wzmianek na portalach społecznościowych, a #OGiganteAcordou około 100000⁶⁰⁷.

Dodatkowo dziennikarze obywatelscy zrzeszeni w kolektywach informacyjnych, takich jak Mídia NINJA, starali się zaproponować alternatywne spojrzenie na wydarzenia w porównaniu z mediami mainstreamowymi⁶⁰⁸. Grupy te założono przed rozpoczęciem protestów, ale stały się bardziej widoczne podczas demonstracji, zwłaszcza po tym, jak główne organizacje medialne zaczęły wykorzystywać treści wyprodukowane przez NINJA⁶⁰⁹.

Kolejnym istotnym źródłem przekazu był film umieszczony na YouTube: „No, I'm not going to the world cup”⁶¹⁰, stworzony przez brazylijską studentkę mieszkającą w Stanach Zjednoczonych. Choć jak twierdzi jego twórczyni, film powstał przed protestami, to jednak termin jego premiery i duże zasięgi (ponad 2,5 miliona odsłon w ciągu kilku dni) sprawiły, że stał się szeroko komentowany przez krajowe i międzynarodowe media, stając się swego rodzaju głosem reprezentacyjnym „powstania octowego”⁶¹¹.

Protesty, gdy dotarły do większych miast, takich jak São Paulo, Brasilia czy Rio de Janeiro były szeroko komentowane przez media mainstreamowe. Początkowo głównym nurtem medialnym było traktowanie protestów wyłącznie jako zakłócenia porządku społecznego, a w niektórych doniesieniach domagano się nawet znacznie silniejszej interwencji policji⁶¹². Dla przykładu, 7 czerwca 2013 roku na pierwszej stronie gazety „Folha” można było przeczytać: „Ustawa o tańszym transporcie w São Paulo naznaczona wandalizmem” („Vandalismo marca ato por transporte mais barato em SP”)⁶¹³, a „O Estado” zatytułował jeden ze swoich artykułów jako „Protesty przeciwko taryfom koń-

⁶⁰⁷ C. Costa, *Protestos mostram apropriação de slogans publicitários para fins políticos*, https://www.bbc.com/portuguese/noticias/2013/06/130624_protestos_slogans_cc, 06.05.2020.

⁶⁰⁸ M. Reche Ávila, *Mídias alternativas VS Mídias tradicionais: as manifestações de junho de 2013*, „Anais Do IV Colóquio Semiótica das Mídias”, nr 4.1, 2013, s.1-15.

⁶⁰⁹ J. Watts, *Brazil's ninja reporters spread stories from the streets*, <https://www.theguardian.com/world/2013/aug/29/brazil-ninja-reporters-stories-streets>, 06.05.2020.

⁶¹⁰ *No, I'm not going to the world cup*, <https://www.youtube.com/watch?v=ZApBgNQgKPU>, 06.05.2020.

⁶¹¹ Y. Salles, *Video de brasileira que critica a Copa no Brasil vira hit na web*, <https://www1.folha.uol.com.br/esporte/folhanacopa/2013/06/1297024-video-de-brasileira-que-critica-a-copa-no-brasil-vira-hit-na-web.shtml>, 06.05.2020.

⁶¹² I. Fraga, *Protests in Brazil heighten debate on quality of mass media's coverage*, <https://knightcenter.utexas.edu/blog/00-14110-protests-brazil-heighten-debate-quality-large-medias-coverage>, 24.05.2020.

⁶¹³ *Vandalismo marca ato por transporte mais barato em SP*, <https://www.pressreader.com/brazil/folha-de-s-paulo/20130607/page/1>, 24.05.2020.

czą się chaosem, pożarem i zniszczeniem w centrum miasta” („Protesto contra tarifa acaba em caos, fogo e depredação no centro”)⁶¹⁴.

Nasilenie protestów, pod względem powtarzalności i liczby uczestników, doprowadziło również do zwiększenia ich zasięgu, zajmując pierwsze strony w gazetach oraz stając się głównym newsem w wiadomościach telewizyjnych. Jak zauważyli niektórzy brazylijscy analitycy, odpowiednia zmiana w ramach głównego nurtu mediów nastąpiła 13 czerwca, kiedy podczas protestów w São Paulo policja zaatakowała nie tylko demonstrantów, ale przede wszystkim dziennikarzy⁶¹⁵. Choć niektórzy przedstawiciele środków masowego przekazu zaprzeczali, że przemoc, której ofiarami padli dziennikarze, była główną przyczyną tej zmiany, to jednak ton mediów głównego nurtu w stosunku do demonstracji zmienił się wyraźnie w następstwie tego wydarzenia⁶¹⁶. Od tej chwili protestujący nie byli już wyłącznie wandalami, ale zwrócono większą uwagę na pokojowych demonstrantów. Niektóre media zaczęły przedstawiać protesty jako bardziej uprawnione, a rola policji i władz publicznych była coraz bardziej kwestionowana⁶¹⁷.

Protesty w Brazylii w 2013 roku doprowadziły do wycofania podwyżek cen biletów komunikacji miejskiej w kilku miastach, co było jednym z głównych postulatów demonstrantów. Chociaż ruch nie osiągnął wszystkich swoich celów, takich jak reforma usług publicznych, przyczynił się do zwiększenia świadomości społecznej na temat nierówności ekonomicznych. Media społecznościowe, takie jak Facebook i Twitter, odegrały kluczową rolę w mobilizacji uczestników i organizacji protestów, a hasztagi #VemPraRua i #OGiganteAcordou stały się symbolami ruchu. Początkowo media głównego nurtu przedstawiały protesty negatywnie, skupiając się na chaosie i zniszczeniach, jednak po brutalnych interwencjach policji wobec dziennikarzy ich ton zmienił się, a protesty zaczęto traktować jako bardziej uzasadnione.

⁶¹⁴ *Protesto contra tarifa acaba em caos, fogo e depredação no centro*, <https://sao-paulo.estadao.com.br/noticias/geral/protesto-contra-tarifa-acaba-em-caos-fogo-e-depredacao-no-centro-imp-,1039715>, 24.05.2020.

⁶¹⁵ R. C. S. Guimarães, T. Soares, *Mea Culpa e Autorreferencialidade na cobertura dos protestos no Brasil*, „Colóquio Semiótica das Mídias”, nr 2, 2013, s.9-10

⁶¹⁶ S. Singer, *Faroeste urbano*, <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/ombudsman/114199-faroeste-urbano.shtml?origin=folha#>, 24.05.2020.

⁶¹⁷ I. Fraga, *Protests in Brazil...*, op. cit.

4.15. Zamieszki w Ferguson w 2014 roku

Tysiące protestujących wyszły na ulice Ferguson, aby zademonstrować swoją frustrację po policyjnej strzelaninie, w wyniku której 9 sierpnia 2014 roku zginął afroameerykański nastolatek Michael Brown. W ciągu kilku minut od jego śmierci członkowie lokalnej społeczności i aktywiści zaczęli poprzez media społecznościowe dokumentować rozwój protestów. Wywołały one silną i brutalną reakcję policji, co zwróciło uwagę demonstrantów⁶¹⁸.

Media społecznościowe były wiodącym źródłem informacji na temat wydarzeń w Ferguson. Ludzie używali serwisów społecznościowych, takich jak Twitter, Vine, Instagram i Facebook, aby rozpowszechniać informacje o tym, co się tam dzieje. Serwisy były też motorem napędowym do działań⁶¹⁹. Hashtag #Ferguson stał się punktem orientacyjnym dla ruchu sprawiedliwości społecznej, który zrodził się po śmierci Michaela Browna. Podczas pierwszego tygodnia protestów na Twitterze pojawiło się ponad 3,6 miliona postów nawiązujących do strzelaniny⁶²⁰. Między 9 a 25 sierpnia hashtag #Ferguson został użyty na Twitterze 11,6 miliona razy z retweetami i 1,9 miliona bez retweetów⁶²¹. Intensywność publikacji związanych z Ferguson gwałtownie wzrosła w pierwszym tygodniu zamieszek, osiągając 13 sierpnia poziom 3000 tweetów na minutę⁶²². Skorzystanie z szerokich możliwości Twittera przyspieszyło ogólnokrajową reakcję na zajścia już w ciągu pierwszego tygodnia od momentu śmierci Michaela Browna.

Siła mediów społecznościowych została zauważona przez lokalny dziennik internetowy „St. Louis Business Journal”, który 12 sierpnia opublikował artykuł będący instrukcją śledzenia na Twitterze wydarzeń z rozruchów. W artykule autorka wymieniła kilka wartych naśladowania relacji reporterskich – m.in. Antonio Frencha, Wesleya Loweryego – a także wyszczególniła cztery grupy hashtagów:

⁶¹⁸ M. Balon, *The role of Twitter in the first week of Ferguson unrests*, „Social Communication”, Volume 1, 2018, s. 40

⁶¹⁹ K. Moffitt, *How social media is playing a role in Ferguson*, <https://www.bizjournals.com/stlouis/blog/2014/08/how-social-media-is-playing-a-role-in-ferguson.html>, 01.08.2020.

⁶²⁰ Y. Bonilla, J. Rosa, *#Ferguson: Digital protest hashtag ethnography, and the racial politics of social media in the United States*, „American Ethnologist”, vol. 42, issue 1, 2015, p. 5.

⁶²¹ E. Grinberg, *What #Ferguson stands for besides Michael Brown and Darren Wilson*, <https://edition.cnn.com/2014/11/19/us/ferguson-social-media-injustice/index.html>, 28.11.2018.

⁶²² Z. Tufekci, *What Happens to #Ferguson Affects Ferguson*, <https://medium.com/message/ferguson-is-also-a-net-neutrality-issue-6d2f3db51eb0>, 01.08.2020.

- odnoszące się do Michaela Browna: #MikeBrown, #MichaelBrown,
- związane z zamieszkami, protestami i rozruchami: #Ferguson, #FergusonRiot, #STLRiots,
- ruch analizujący, jak czarna młodzież jest przedstawiana w mediach: #IfTheyGunned-MeDown,
- apel o pozytywne nastawienie w regionie w związku z zamieszkami: #Pray-forSTL.

Artykuł opublikowany na stronie internetowej dziennika był aktualizowany przez dwa dni⁶²³.

Miliony ludzi oglądały wydarzenia rozgrywające się w Ferguson za pośrednictwem serwisów streamingowych⁶²⁴, tj. Livestream i Ustream. Argus Radio, niezależna cyfrowa stacja radiowa w St. Louis, użyła konta Livestream, które pierwotnie założyła do transmisji koncertów, aby stworzyć jeden z pierwszych strumieni na żywo umożliwiających obserwowanie konfrontacji policji z protestującymi w Ferguson.

Wolontariusz Radia Argus, użył iPhone'a i jejgo nocnego filtra telewizyjnego do nagrywania i transmitowania na żywo. Wideo Radia Argus stało się medialnym hitem i w nocy 13 sierpnia dotarło do 500000 widzów⁶²⁵. Hussein filmował konfrontację, obsługując kamerę samodzielnie nawet w momencie ucieczki przed gazem łzawiącym i pociskami. Niektóre lokalne stacje TV również zapewniały transmisję strumieniową *online*, ale telewizyjne wozy transmisyjne nie miały możliwości manewrowania wokół policyjnych blokad drogowych. Husseinowi udało się wejść w posiadanie nagrań, do których dostęp nie miał nawet główne sieci kablowe i zarówno CNN, jak i MSNBC emitowały jego materiał w ciągu całego czwartkowego dnia. Przez kolejne dwa tygodnie jego nagranie zostało obejrzane 1,3 miliona razy. Ogólnie rzecz biorąc, Livestream

⁶²³ K. Moffitt, *How to follow what's unfolding in Ferguson on Twitter*, <https://www.bizjournals.com/stlouis/blog/2014/08/how-to-follow-what-s-unfolding-in-ferguson-on.html>, 01.08.2020.

⁶²⁴ Technologia przesyłania strumieniowego wykorzystuje tak zwany bufor danych utworzony na komputerze użytkownika, w którym informacje przechowywane są tymczasowo, gdy użytkownik uzyskuje do nich dostęp. Pod koniec sesji przesyłania strumieniowego bufor jest automatycznie usuwany. Dzięki temu odbiorca nie musi pobierać całej zawartości pliku na swoje urządzenie jednocześnie. Skraca to czas uzyskania dostępu do treści, a także pomaga zaoszczędzić miejsce na dysku. Podczas transmisji na żywo słuchacze łączą się z serwerem przesyłania strumieniowego za pomocą jednego łącza, zwykle składającego się z portu na serwerze przesyłania strumieniowego, dzięki czemu otrzymują dostęp do strumienia wysyłanego przez nadawcę i mogą w efekcie słuchać sygnału audio na żywo lub oglądać transmisję wideo. Źródło: <https://bigbaddice.pl/streaming-co-to-jest-i-na-czym-polega/>, 01.08.2020.

⁶²⁵ M. Calderone, *How Volunteer-Run Argus Radio Broadcast Ferguson Protests Live To The World*, https://www.huffpost.com/entry/argus-radio-ferguson-protests_n_5679149?guccounter=1, 01.08.2020.

zarejestrował około 2 milionów odsłon tamtej nocy we wszystkich relacjach wychodzących z Ferguson. W tym samym czasie telewizja CNN jedynie dwukrotnie zdołała przekroczyć pułap 1 miliona widzów w czasie „prime time”.

Podobnie Ustream zanotował wysoki poziom oglądalności. Platforma wyemitowała 287 transmisji z Ferguson, które zostały zamieszczone głównie za pośrednictwem własnej aplikacji na telefon komórkowy, i osiągnął ponad milion unikalnych widzów, którzy wspólnie obejrzelili 16 milionów minut wideo⁶²⁶.

Publikacje prasowe dotyczące zamieszek rasowych w Ferguson ponownie zwróciły uwagę amerykańskiej opinii publicznej na kwestie konfliktów rasowych, przywołując na myśl niepokoje rasowe z lat sześćdziesiątych XX wieku. Noah Rothman napisał, że większość ludzi zgadza się, iż prasa nie odgrywała neutralnej roli w relacjach z Ferguson. Pojawiło się więcej plotek niż faktów, a reporterzy narażali się na niebezpieczeństwo, stawiając się w centrum zamieszek i niepokojów. Redaktor stwierdził: „Media informacyjne nie przyjechały do Ferguson, aby opisywać wydarzenia, ale by naprawić historyczne krzywdy...”⁶²⁷. Reporterzy na miejscu niemal natychmiast przyjęli postawę aktywistyczną i „stanęli” z demonstrantami przeciwko temu, co ich zdaniem było rasizmem ze strony lokalnej i państwowej policji⁶²⁸.

Protesty w Ferguson w 2014 roku szybko przyciągnęły uwagę mediów społecznościowych, takich jak Twitter, Vine, Instagram i Facebook. Serwisy te stały się kluczowymi narzędziami do mobilizacji uczestników, dokumentowaniu wydarzeń oraz rozprzestrzenianiu informacji w czasie rzeczywistym. Transmisje na żywo, m.in. przez Livestream i Ustream, pozwoliły milionom ludzi na całym świecie śledzić rozwój sytuacji, a brutalna reakcja policji przyciągnęła jeszcze większą uwagę mediów oraz amerykańskiej opinii publicznej, wywołując ogólnokrajową debatę na temat kwestii rasowych i brutalności policji.

⁶²⁶ I. Sherr, J.E. Solsman, *How Ferguson brought live streams into the mainstream*, <https://www.cnet.com/news/how-ferguson-brought-live-streams-into-the-mainstream/>, 01.07.2020.

⁶²⁷ N. Rothman, *Taking Sides in Ferguson*, <https://www.commentarymagazine.com/articles/noah-rothman/taking-sides-in-ferguson/>, 01.08.2020.

⁶²⁸ Tamże.

4.16. Zamieszki w Gezi Park w 2013 roku

Fala demonstracji i niepokojów społecznych w Turcji, mających początkowo zakwestionować plan zagospodarowania przestrzennego dla Taksim Gezi Park w Stambule, rozpoczęła się 28 maja 2013 roku. To, co zaczęło się jako pokojowy protest ekologów, zamieniło się w największy ruch antyrządowy w kraju⁶²⁹.

W następstwie tych wydarzeń całą Turcję ogarnęły protesty i strajki wobec poparcia dla rządu, u podstaw których leżały kwestie wolności prasy, wypowiedzi i wieców. Wobec braku scentralizowanego przywództwa demonstracji (poza małym zgromadzeniem, które zorganizowało pierwotny protest ekologiczny), porównano je do ruchu Occupy i wydarzeń w Paryżu z maja 1968 roku⁶³⁰. Szacuje się, że ponad trzy i pół miliona osób⁶³¹ (z 80 milionów mieszkańców Turcji) wzięło aktywny udział w blisko 5 tysiącach demonstracji w całej Turcji związanych z pierwotnym protestem w Gezi Parku⁶³². Zginęły wówczas 22 osoby, a ponad 8 tysięcy zostało rannych⁶³³.

Po wyborach w 2011 roku rządząca partia AKP, w swojej trzeciej kadencji i jej lider Recep Tayyip Erdogan zaczęli zbyt daleko ingerować w życie codzienne ludzi. Postępowanie to wywołało w społeczeństwie eksplozję rosnącego niezadowolenia z postawy rządu i w następstwie rozruchy w Gezi Park. Brutalna interwencja policji i wsparcie jej ze strony władz wzbudziły powszechne oburzenie i zjednoczyły opozycję⁶³⁴.

Aktywiści szybko się zorganizowali i zaczęli rozpowszechniać wiadomości za pomocą Facebooka i Twittera, dzięki czemu zwrócili uwagę większej liczby osób. Przez pierwsze dni protestów głównym celem działaczy była ochrona obszaru publicznego

⁶²⁹ L. Perrussel-Morin, *Istanbul: les Indignes de Taksim*, https://www.lejournalinternational.fr/Istanbul%C2%A0-les-Indignes-de-Taksim_a817.html, 10.01.2021.

⁶³⁰ *Events of May 1968*, <https://www.britannica.com/event/events-of-May-1968>, 10.01.2021.

⁶³¹ S. Özel, *A Moment of Elation: The Gezi Protests/Resistance and the Fading of AKP Project*, [w:] *The Making of Protest Movement in Turkey: #occupygezi*, Özkırımlı U. (red.) Palgrave Macmillan, 2014, s. 8

⁶³² *US House Subcommittee on Europe, Eurasia and Emerging Threats Hearing on "Turkey at a Crossroads: What do the Gezi Park Protests Mean for Democracy in the Region?"*, <https://docs.house.gov/meetings/FA/FA14/20130626/101051/HHRG-113-FA14-20130626-SD001.pdf>, 20.01.2021.

⁶³³ C. De Bellaigue, *Turkey: Surreal, Menacing... Pompous*, <https://www.nybooks.com/articles/2013/12/19/turkey-surreal-menacing-pompous/?pagination=false>, 20.01.2021.

⁶³⁴ Y. Yıldırım, *The Differences of Gezi Parki Resistance in Turkish Social Movements*, „International Journal of Humanities and Social Science”, Vol. 4 No. 5(1), 2014, s. 177.

przed zniszczeniem, „zorganizowano opór przeciwko urbanizacji, która przedkłada interesy kapitału nad interesy zwykłych mieszkańców Stambułu”⁶³⁵.

Media społecznościowe odegrały kluczową rolę w protestach między innymi dlatego, że wiele tureckich mediów bagatelizowało demonstracje, szczególnie na ich początkowych etapach⁶³⁶.

Podczas gdy CNN International pokazywało na żywo starcia między policją a protestującymi, CNN Turcja, ze względu na cenzurę, nadawała w tym czasie przyrodnicze filmy dokumentalne. Z tego powodu większość wczesnych wiadomości o protestach dotarła do świata zewnętrznego za pośrednictwem Twittera. Poza tym służył on również jako pomocna platforma inwigilacyjna. Wielu protestujących nagrywało przemoc policji skierowaną przeciwko ludności, dzieliło się nią i ostrzegało wzajemnie, w czasie rzeczywistym, o miejscu pobytu funkcjonariuszy odpowiedzialnych za zamieszki⁶³⁷.

Twitter stał się wiodącą aplikacją podczas protestów w parku Gezi, narzędziem, które zaspokajało potrzebę szybkiego zdobywania informacji logistycznych. To miało kluczowe znaczenie, umożliwiając ludziom zdobycie wiedzy na temat celów policyjnych interwencji. Ułatwiło również rozpowszechnianie informacji o darmowych punktach dostępu do Internetu. Ponadto, zapewniało dane o bezpiecznych miejscach, które mogły służyć jako schronienie przed policją, oraz o dostępnych miejscach w szpitalach, oferowanych przez lekarzy wolontariuszy. Większość protestujących otrzymywała informacje w czasie rzeczywistym z Twittera. W ciągu kilku godzin po rozpoczęciu protestów wysłano dwa miliony tweetów z hasztagami, m.in., #resistgezipark, #OccupyGezi. Od pierwszego dnia okupacji parku, 31 maja całkowita liczba tweetów wysyłanych dziennie w Turcji wzrosła z 9-11 mln do 15,2 mln⁶³⁸. 69% aktywistów stwierdziło, że słyszało o protestach w mediach społecznościowych, a tylko 7% dowiedziało się o nich z telewizji⁶³⁹. Według badań przeprowadzonych wśród protestujących, większość z nich nie była aktywnymi użytkownikami Twittera przed protestami Gezi, a niektórzy nie

⁶³⁵ M.B. Kumulu, *Reclaiming the right to the city: Reflections on the urban uprising*, „City”, Vol.17:3, 274-278, 2013, s. 275.

⁶³⁶ C. Letsch, *Social media and opposition to blame for protests, says Turkish PM*, <https://www.theguardian.com/world/2013/jun/02/turkish-protesters-control-istanbul-square#>, 10.01.2021.

⁶³⁷ K. Varnali, V. Gorgulu, *A social Influence Perspective on Expressive Political Participation in Twitter: The Case of #OccupyGezi*, „Information, Communication and Society”, Vol.18:1, 2015, s.2.

⁶³⁸ Tamże, s.2.

⁶³⁹ *Konda Gezi Park Resistance Poll*, <https://bianet.org/english/youth/147543-94-percent-of-gezi-resisters-participate-individually-poll-says>, 01.03.2021.

mieli nawet konta na Twitterze. W czasie trwającej rewolty Twitter stał się najczęściej używanym narzędziem informacji logistycznej. Na dzień przed protestami, 30 maja, liczba aktywnych użytkowników tej platformy wynosiła w Turcji 1,8 mln. Liczba ta wzrosła do 9,5 mln 14 czerwca 2013 roku⁶⁴⁰. Twitter pozwolił protestującym na interakcję, nawet jeśli ci się nie znali. Protesty w parku Gezi nie miały lidera lub liderów, a mimo to niektórzy z piszących na Twitterze potrafili zdobyć zaufanie wielu osób. Wśród nich znalazły się gwiazdy, znani działacze oraz organizacje pozarządowe. „Kryteria wyboru osób, za którymi należy podążać i którym należy ufać, to: ich fizyczna obecność podczas protestu, odpowiednie doświadczenie, wcześniejsza znajomość ich opinii, artykułowanie myśli i poczucie znajomości⁶⁴¹”.

Media społecznościowe były w centrum tego ruchu jako alternatywa dla mediów głównego nurtu i ich milczenia. Ludzie stworzyli opcjonalny kanał informacji, ponieważ ich prawo do informacji zostało mocno naruszone przez tureckie media mainstreamowe. Poza tym media społecznościowe odegrały bardzo ważną rolę w utrzymaniu ducha ruchu oporu⁶⁴².

Podczas protestów w Gezi Park, a nawet po ich zakończeniu, turecki rząd kilkakrotnie próbował zablokować Twittera, aby zatrzymać przepływ wiadomości. Jednak najwyraźniej nie zdawał sobie sprawy, że blokowanie Twittera nic nie pomoże. Internauci w całym kraju szybko odkryli, że dzięki zmianie ustawień DNS lub za pomocą VPN nadal mogą tweetować. Według „Hürriyet Daily News”, nawet po wprowadzeniu blokady Twittera liczba tweetów wysłanych przez użytkowników w Turcji się nie zmniejszyła. Co więcej, hasztagi #Twitterisblockedinturkey i #TurkeyBlockedTwitter stały się ważnymi trendami Twittera na całym świecie. Wielu członków tureckiej elity, jak ówczesny prezydent Abdullah Gül, ominęło blokadę i nadal aktywnie korzystało z Twittera⁶⁴³.

⁶⁴⁰ G. Hacıyakupoğlu, W. Zhang, *Social Media and Trust during Gezi Protests in Turkey*, „Journal of Computer Mediated Communication”, Vol. 20, 2015, s.463.

⁶⁴¹ Tamże, 6 s.457.

⁶⁴² N. S. Kurt, S. Kose, *What is „New” in New New Social Movements: Case Study From Turkey*, http://www.eurofound.europa.eu/sites/default/files/ef_files/docs/events/2014/irec/paper_s/22_kurt.pdf, 01.03.2021.

⁶⁴³ A. Taylor, *Why Turkey banned Twitter (and why banning Twitter isn't working)*, <https://www.washingtonpost.com/news/worldviews/wp/2014/03/21/why-turkey-banned-twitter-and-why-banning-twitter-isnt-working/>, 01.03.2021.

4.17. Zamieszki we Francji w 2018 roku

„Macron Démission!” to popularne hasło, które „żółte kamizelki” skandowały podczas protestów i licznie zamieszczały na Facebooku. Oznacza ono: „Macron Rezygnacja!”⁶⁴⁴.

Ruch „żółtych kamizelek” rozpoczął się w listopadzie 2018 roku, ujawniając „głęboki i intensywny gniew wobec rządu i elit wśród klasy robotniczej we Francji”⁶⁴⁵. „Żółte kamizelki” wywodzą się często z francuskiej niższej klasy średniej i określane są jako produkt francuskiego systemu politycznego, „ludzie, którzy zarabiają tylko tyle pieniędzy, aby nie zakwalifikować się do większości programów socjalnych, ale nie wystarczająco dużo, aby żyć wygodnie, nawet gdy elita kraju radzi sobie coraz lepiej”⁶⁴⁶. Wzrost podatków paliwowych wywołał gniew osób mieszkających w miastach, w których transport publiczny nie jest dostępny, w wyniku czego w maju 2018 roku powstała petycja *online* wyrażająca te obawy. Stworzoną przez Priscillę Ludosky (która ostatecznie stała się ważną postacią w ruchu „żółtych kamizelek”) petycję podpisało 879000 osób⁶⁴⁷. W październiku 2018 roku, kiedy poparcie dla wyrażonych postulatów wciąż rosło, skontaktował się z nią Eric Drouet, kierowca ciężarówki, który chciał promować petycję w sieci. Stworzył wydarzenie na Facebooku⁶⁴⁸, zapraszając ludzi do sprzeciwu przeciwko wzrostowi cen paliw; był to pierwszy bunt „żółtych kamizelek” w 2018 roku. W miarę jak ruch przybierał na sile, a protesty rozprzestrzeniały się w całym kraju, ewoluował ze sprzeciwu wyłącznie wobec podatków paliwowych do innych żądań wobec rządu. Postulaty dotyczyły między innymi niepewności zatrudnienia, ponieważ prezydent Macron zreformował francuski kodeks pracy, „którego skumulowanym

⁶⁴⁴ B. Le Cain, «Macron démission», «colère», «peuple» : ce que les slogans des «gilets jaunes» racontent du mouvement, <https://www.lefigaro.fr/actualite-france/2018/12/07/01016-20181207ARTFIG00362-macron-demission-colere-peuple-ce-que-les-slogans-des-gilets-jaunes-racontent-du-mouvement.php>, 02.12.2021.

⁶⁴⁵ N. Duvoux, A. Papuchon, *How to measure subjective poverty in France – and what this tells us about the anger of the Yellow Vests*, <https://blogs.lse.ac.uk/europpblog/2019/01/08/how-to-measure-subjective-poverty-in-france-and-what-this-tells-us-about-the-anger-of-the-yellow-vests/>, 02.12.2021.

⁶⁴⁶ P. E. Gobry, *The Yellow Rise in Paris*, <https://www.commentary.org/articles/pascal-emmanuel-gobry/yellow-rise-paris/>, 02.12.2021.

⁶⁴⁷ K. Willsher, *One killed and hundreds injured in French anti-Macron protests*, <https://www.theguardian.com/world/2018/nov/17/french-protester-killed-accident-anti-fuel-tax-blockade>, 02.12.2021.

⁶⁴⁸ Od 2 do 5 grudnia 2018 roku, w grupie "France en colère" (Wściekła Francja), prowadzonej przez Maxime Nicolle (Fly Rider), Erica Drouet i Priscillię Ludosky pojawiło się 37 251 postów i komentarzy. Por. B. Sebbah, L. Loubere, N. Souillard, L. Thiong-Kay, N. Smyrniaios, *Les Gilets jaunes se font une place dans les medias et l'agenda politique*, „[Rapport de recherche] Laboratoire d'Etudes et de Recherches Appliquées en Sciences Sociales”, 2018, s. 2.

efektem jest to, że teraz łatwo jest zatrudniać i zwalniać we Francji”⁶⁴⁹. Co więcej, prezydent znalazł się w ogniu krytyki nie tylko z racji nowej polityki, którą wprowadził, ale także z powodu tego, co sobą reprezentuje. Gobry opisuje go jako przedstawiciela specyficznej „kasty”, do której należą „technokratyczne i pseudomerytokratyczne elity Francji”⁶⁵⁰.

Wkrótce po utworzeniu wydarzenia na Facebooku przez Erica Droueta w całym kraju zaczęły się rozrastać protesty na dużą skalę. 17 listopada 2018 roku był „to pierwszy i największy dzień blokad dróg w całej Francji, z prawie 290000 demonstrantów noszących żółte kamizelki”⁶⁵¹. Ponieważ protesty polegały na blokadach autostrad, miały one duży wpływ na ruch drogowy w całym kraju. Protesty stawały się coraz bardziej gwałtowne, a 27 listopada prezydent wezwał do „trzymiesięcznych konsultacji narodowych” i zaproponował mechanizm dostosowania podatku paliwowego⁶⁵². Ponieważ jednak nie przedstawił żadnych konkretnych planów obniżenia podatków, protesty przybrały na sile i frekwencja wzrosła. Premier 4 grudnia ogłosił, że „planowane na 1 stycznia podwyżki podatków od benzyny i oleju napędowego zostaną zawieszane na pół roku”⁶⁵³. W tym momencie do protestów przyłączało się coraz więcej osób z różnymi żądaniami. Pochodziły one z drastycznie różnych partii politycznych i różniły się między sobą: lewica żądała „wyższych płac minimalnych, obniżenia wieku emerytalnego”, podczas gdy prawica domagała się „obniżek podatków dla małych firm, rozprawienia się z nielegalną imigracją, zaostrzenia kontroli policyjnej”⁶⁵⁴.

Protesty zostały nagłośnione w mediach tradycyjnych. Od 30 listopada do 5 grudnia 2018 roku zostało opublikowanych 549 artykułów w dziennikach: „L’Agefi”, „La Croix”, „La Tribune”, „Libération”, „L’Humanité”, „La Correspondance économique”, „Le Figaro”, „Les Echos”, „Aujourd’hui en France”, „Le Monde”. Artykuły głównie relacjonowały zajścia i wspierały krytykę Emmanuela Macrona. Wśród komentarzy

⁶⁴⁹ P. E. Gobry, *The Yellow Rise...*, dz. cyt.

⁶⁵⁰ Tamże.

⁶⁵¹ *France’s ‘yellow vest’ protests: Timeline of unrest*, <https://www.thelocal.fr/20190113/frances-yellow-vest-protests-timeline-of-unrest/>, 05.12.2021.

⁶⁵² Tamże.

⁶⁵³ Tamże.

⁶⁵⁴ P. E. Gobry, *The Yellow Rise...*, dz. cyt.

znalazły się wypowiedzi „żółtych kamizelek”, obserwatorów oraz bezpośrednich i pośrednich świadków wydarzeń, którzy przedstawili swoje opinie i poglądy na sytuację⁶⁵⁵.

Według sondażu przeprowadzonego przez Kantar Sofres na zlecenie dziennika „La Croix”, zaufanie do mediów było wówczas rekordowo niskie. Tylko 38 proc. Francuzów wierzyło w to, co mówią im programy telewizyjne, 50 proc. ufało programom radiowym, a 44 proc. prasie drukowanej⁶⁵⁶.

Organizatorzy ruchu „żółtych kamizelek” odrzucili wszelkie powiązania z formalnymi organizacjami, takimi jak partie polityczne i związki zawodowe; polegali wyłącznie na mediach społecznościowych, aby szerzyć swoje przesłanie i zwoływać protesty w całym kraju. Media głównego nurtu zapewniły ruchowi większą widoczność, niż wynikało to z jego poparcia: relacja była ciągła nawet wtedy, gdy liczba demonstrantów zaangażowanych w ruch „żółtych kamizelek” szybko spadła, z 300000 w pierwszym tygodniu protestów do 166000 w następnym tygodniu i kilkudziesięciu tysięcy w styczniu 2019 roku. Przyczyniła się do tego odmowa organizatorów do stworzenia szerszej koalicji, a nawet przyjęcia przesłania, które miałyby oddźwięk poza zaściankowymi problemami najbardziej zaangażowanych demonstrantów. Ponadto, choć początkowe komunikaty medialne pomogły wzmocnić przesłanie ruchu, z czasem doniesienia te – o ograniczonej liczbie aktów przemocy i bigoteryjnych uwagach niektórych uczestników – podcięły ich poparcie⁶⁵⁷.

Tworzenie petycji i wydarzeń na Facebooku miało duży wpływ na narodziny ruchu. Nicolas i Candau twierdzą, że portal „obfituje w posty, liczba grup wzrasta, a liderzy pojawiają się tu i tam na Facebooku. Sieć społecznościowa tworzy linki i nie tylko dzieli się informacjami, ale także stresem i fake newsami”⁶⁵⁸. Facebook ułatwia więc rozmowy polityczne, ale też rozprzestrzenianie się fałszywych informacji i frustracji wśród protestujących. Niektóre strony i wydarzenia na Facebooku są również kluczowym na-

⁶⁵⁵ B. Sebbah, L. Loubere, N. Souillard, L. Thiong-Kay, N. Smyrniaios, *Les Gilets jaunes...*, dz. cyt., s. 2-3.

⁶⁵⁶ *French media decry 'yellow vest' attacks as protesters criticize press*, <https://www.dw.com/en/french-media-decry-yellow-vest-attacks-as-protesters-criticize-press/a-47233554>, 05.12.2021.

⁶⁵⁷ *France: The Yellow Vests and their social media-driven tax revolt* <https://internationalbudget.org/publications/france-the-yellow-vests-and-their-social-media-driven-fight-over-fair-taxation/>, 05.12.2021.

⁶⁵⁸ M. Candau, C. Nicolas, *French 'yellow vests' caught up in social networks*, <https://www.euractiv.com/section/digital/news/french-yellow-vests-caught-up-in-social-networks/>, 03.12.2021.

rządkiem dla rządu do szacowania liczby protestujących, ponieważ „planowane zgromadzenia są wielkim powodem do niepokoju dla francuskiego rządu i sił bezpieczeństwa”⁶⁵⁹. Twitter jest kolejnym portalem społecznościowym wykorzystywanym do dyskusji na temat ruchu. Ponad milion tweetów pod hasztagiem #GiletsJaunes zostało opublikowanych w ciągu czterdziestu ośmiu godzin w listopadzie 2018 roku⁶⁶⁰, a w dniach od 30 listopada do 4 grudnia 2018 roku opublikowano 2 312 593 tweety (422 250 oryginalnych tweetów) zawierające słowa „gilets jaunes”⁶⁶¹.

Zamknięte grupy na Facebooku były wykorzystywane jako przestrzenie dyskusyjne do dzielenia się osobistymi problemami i opiniami politycznymi. Ich ogólny klimat nie zawsze był przyjazny, a użytkownicy debatowali na różne tematy, od krytyki rządu po osobiste sprawy prawne. Strona Erica Droueta na Facebooku zawierała wiele treści związanych z organizacją protestów. Platformy używał do ułatwiania demonstracji, dyskusji o reformach rządowych i liczbie uczestników protestów. Na Twitterze przeważały konta retweetujące treści krytykujące rząd, a także pokazujące skalę ruchu. Platforma ta była w mniejszym stopniu wykorzystywana do dyskusji i debat, ale za to udostępniała różnego rodzaju informacje dotyczące wpływu ruchu.

Media społecznościowe, szczególnie Facebook i Twitter, odegrały kluczową rolę w organizacji protestów i mobilizacji uczestników, a hasztagi takie jak #GiletsJaunes przyczyniły się do szybkiego rozprzestrzeniania informacji i frustracji społecznej. Mimo szerokiej uwagi mediów tradycyjnych, które początkowo wsparły krytykę Macrona, późniejsze doniesienia o przemocy i radykalnych postawach wśród niektórych protestujących osłabiły poparcie dla ruchu, a jego liczebność stopniowo malała. Ruch „żółtych kamizelek” doprowadził do tymczasowego zawieszenia planowanych podwyżek podatków paliwowych przez rząd Emmanuela Macrona, ale nie zrealizował innych kluczowych postulatów, takich jak poprawa warunków socjalnych i zatrudnienia. Choć protesty zmusiły rząd do przeprowadzenia konsultacji społecznych i reform w zakresie płacy minimalnej, z czasem ruch stracił impet z powodu wewnętrznych podziałów i narastających aktów przemocy. W dłuższej perspektywie „żółte kamizelki” wpłynęły na francu-

⁶⁵⁹ Tamże.

⁶⁶⁰ *Gilets jaunes: plus de 1 million de tweets publiés en 48 heures*, <https://www.ladepêche.fr/article/2018/11/19/2909414-gilets-jaunes-plus-1-million-tweets-publies-48-heures.html>, 04.12.2021,

⁶⁶¹ B. Sebbah, L. Loubere, N. Souillard, L. Thiong-Kay, N. Smyrniaos, *Les Gilets jaunes...*, dz. cyt., s.

ską politykę, zwracając uwagę na problemy społeczne niższych warstw i wywołując szeroką debatę na temat nierówności ekonomicznych.

4.18. Podsumowanie

Niniejszy rozdział pomógł w realizacji jednego z celów tej pracy - zrozumieniu, jaką rolę odgrywały media w wybranych rewolucjach, począwszy od 1640 roku do chwili obecnej. Analizowano również, jak zmieniała się rola mediów w przebiegu tych rewolucji w miarę postępu technologicznego. Analiza ta jest fundamentalna dla zrozumienia głównego celu rozprawy. Pokazuje, że rewolucje, podobnie jak inne zjawiska społeczne, ulegają mediatyzacji.

Od XVIII wieku media odgrywają kluczową rolę w kształtowaniu rewolucji. Historia pokazuje, że od czasów rewolucji angielskiej (1640) prasa pełniła funkcję informacyjną, dostarczając wiadomości i komentarzy na temat bieżących wydarzeń. W czasach rewolucji amerykańskiej (1775) i rewolucji francuskiej (1789) gazety były istotnym narzędziem mobilizacji społecznej i kształtowania opinii publicznej. Podobnie, podczas rewolucji październikowej (1917) bolszewicy wykorzystali media do szerzenia propagandy i utrwalania swojej władzy.

W erze nowożytnych technologii media elektroniczne, takie jak radio, odegrały kluczową rolę w rewolucji kubańskiej (1959) oraz w czasie rewolucji na Filipinach (1986). Wraz z rozwojem technologii, media społecznościowe stały się głównym narzędziem komunikacji i organizacji podczas takich rewolucji jak pomarańczowa rewolucja w Ukrainie (2004), zielona rewolucja w Iranie (2009) oraz protesty w Mołdawii (2009).

Media wpływają na rewolucje w kilku kluczowych aspektach. Po pierwsze, media, zarówno tradycyjne jak i nowoczesne, odgrywają kluczową rolę w mobilizowaniu społeczeństwa do działania. Prasa drukowana, radio i telewizja w przeszłości, a obecnie media społecznościowe, służyły jako platformy do organizacji protestów i szerzenia idei rewolucyjnych. Podczas rewolucji angielskiej i amerykańskiej prasa drukowana była głównym źródłem informacji i narzędziem mobilizacji. W rewolucji kubańskiej radio stało się głównym medium komunikacji dla partyzantów, a w rewolucji na Filipinach radio Veritas odegrało kluczową rolę w mobilizacji społecznej przeciwko reżimowi Marcosa. Podczas rewolucji październikowej bolszewicy skutecznie wykorzystali prasę i propagandę do mobilizacji robotników i chłopów, budując masowe poparcie dla swoich działań. W pomarańczowej rewolucji na Ukrainie media społecznościowe oraz niezależne media były kluczowym narzędziem do organizowania protestów przeciwko

sfalszowanym wyborom. W rewolucji francuskiej prasa rewolucyjna odegrała podobną rolę, szerząc idee równości i wolności, co przyczyniło się do masowej mobilizacji społeczeństwa przeciwko monarchii. Z kolei podczas rewolucji w Iranie media społecznościowe były wykorzystywane do koordynacji protestów przeciwko sfalszowanym wyborom prezydenckim, umożliwiając szybkie rozprzestrzenianie informacji. W rewolucji w Mołdawii młodzi aktywiści korzystali z Facebooka do mobilizowania masowych protestów przeciwko władzy. Jaśminowa rewolucja, która zapoczątkowała Arabską Wiosnę, także opierała się na mediach społecznościowych, które umożliwiły organizowanie demonstracji w krajach takich jak Tunezja i Egipt. W Londynie media społecznościowe odegrały istotną rolę w mobilizacji protestujących po śmierci Marka Duggana, a podczas ruchu Occupy Wall Street platformy społecznościowe pozwoliły na globalną organizację ruchu sprzeciwu wobec nierówności ekonomicznych. Podobnie w Brazylii media społecznościowe były używane do organizacji masowych protestów przeciwko podwyżkom cen transportu i korupcji rządowej. W zamieszkach w Gezi Park media społecznościowe odegrały kluczową rolę w organizacji i mobilizacji demonstrantów przeciwko planom zagospodarowania terenu. Również ruch „żółtych kamizelek” we Francji z powodzeniem korzystał z mediów społecznościowych do mobilizacji społeczeństwa przeciwko podwyżkom podatków i kosztów życia.

Po drugie, media mają zdolność do kształtowania opinii publicznej poprzez dostarczanie informacji i komentarzy na temat bieżących wydarzeń. Przykłady takie jak rewolucja angielska, francuska czy amerykańska pokazują, że prasa drukowana była kluczowym narzędziem w przekonywaniu społeczeństwa do poparcia ruchów rewolucyjnych. W czasie rewolucji październikowej bolszewicy wykorzystali media do szerzenia swojej ideologii i zdobycia poparcia społecznego. Podobnie, w rewolucji kubańskiej media odegrały istotną rolę, gdy Radio Rebelde służyło nie tylko do przekazywania informacji, ale także do promowania idei rewolucyjnych, które zdobyły szerokie poparcie społeczne. W rewolucji na Filipinach Radio Veritas, stało się głosem sprzeciwu wobec reżimu Marcosa, kształtując opinię publiczną i jednocząc ludzi wokół idei wolności i demokracji.

W pomarańczowej rewolucji na Ukrainie media społecznościowe oraz telewizja niezależna skutecznie przekonywały obywateli do sprzeciwu wobec sfalszowanych wyborów, budując konsensus wokół potrzeby zmian politycznych. W rewolucji w Iranie Twitter i inne media społecznościowe stały się kluczowymi platformami do kształtowania narracji rewolucyjnej, informując świat o rzeczywistej sytuacji w kraju i zyskując

poparcie międzynarodowe. Jaśminowa rewolucja również wykorzystywała media społecznościowe do kształtowania opinii publicznej, co przyczyniło się do obalenia autorytarnych reżimów. W Londynie media społecznościowe odgrywały ważną rolę w kształtowaniu postaw protestujących po śmierci Marka Duggana, podobnie jak w przypadku ruchu Occupy Wall Street, gdzie media były narzędziem globalnej kampanii przeciwko nierównościom społecznym. W protestach w Brazylii media społecznościowe pomagały organizatorom przekonywać społeczeństwo do sprzeciwu wobec korupcji i podwyżek cen transportu, kształtując publiczne niezadowolenie. Podczas zamieszek w Gezi Park media nie tylko informowały, ale i wzmacniały krytyczne wobec rządu stanowiska, promując idee wolności obywatelskich. W przypadku zamieszek w Ferguson media społecznościowe odegrały kluczową rolę w kształtowaniu opinii publicznej na temat brutalności policji oraz rasizmu systemowego po zastrzeleniu Michaela Browna. Ruch „żółtych kamizelek” we Francji również wykorzystywał media, zarówno tradycyjne, jak i społecznościowe, aby kształtować opinie na temat rosnących kosztów życia, zyskując szerokie poparcie społeczne.

Po trzecie, władze rewolucyjne często wykorzystują media do szerzenia propagandy i utrwalania swojej władzy. Rewolucja październikowa oraz reżim bolszewicki pokazują, jak media mogą być używane do kontrolowania narracji i tłumienia opozycji. Lenin i jego zwolennicy skonfiskowali burżuazyjne gazety i stworzyli własne, partyjne media, które służyły do szerzenia swojego przekazu i umacniania dominacji. Podobnie, podczas rewolucji kubańskiej, Fidel Castro i jego zwolennicy skutecznie wykorzystali Radio Rebelde, aby przekazywać wiadomości zgodne z linią rewolucji oraz dyskredytować reżim Batisty. Władze kubańskie po rewolucji skoncentrowały kontrolę nad mediami, co pozwoliło na utrzymanie władzy poprzez jednostronny przekaz propagandowy⁶⁶².

Po czwarte, media, zwłaszcza społecznościowe, umożliwiają obejście rządowej cenzury i dostarczenie niezależnych informacji. Podczas zielonej rewolucji w Iranie oraz protestów w Mołdawii media społecznościowe były kluczowym narzędziem w organizacji i koordynacji działań protestacyjnych. Rewolucjoniści w Iranie wykorzystywali Twittera do relacjonowania wydarzeń i koordynowania protestów, podczas gdy

⁶⁶² K. Vidaillet, *Violations of Freedom of the Press in Cuba: 1952–1969*, Annual Proceedings, The Association for the Study of the Cuban Economy, Vol. 16, 2006, s. 291 - 300

w Mołdawii młodzi działacze korzystali z Facebooka, aby zorganizować masowe demonstracje. Podobną rolę media społecznościowe odegrały podczas jaśminowej rewolucji; zamieszek w Londynie, w Brazylii i w Gezi Park. W Ferguson media społecznościowe stały się narzędziem dla obywateli do dokumentowania wydarzeń i brutalnych działań policji, co pozwoliło na rozpowszechnienie informacji poza oficjalnymi mediami. Natomiast w protestach „żółtych kamizelek” we Francji w 2018 roku również wykorzystywano media społecznościowe, aby ominąć tradycyjne, często prorządowe media i zorganizować masowe demonstracje na szeroką skalę.

Po piąte, media mają zdolność wpływania na międzynarodową percepcję i wsparcie dla ruchów rewolucyjnych. Dzięki globalnemu zasięgowi mediów międzynarodowych i społecznościowych, informacje o rewolucjach mogą szybko docierać do innych krajów, mobilizując międzynarodową opinię publiczną oraz instytucje do działania. Przykładem tego jest rewolucja na Filipinach, gdzie media międzynarodowe zwróciły uwagę na nadużycia reżimu Marcosa, co wzmocniło presję na rząd oraz międzynarodowe poparcie dla ruchu opozycyjnego. Podobnie, podczas Arabskiej Wiosny media międzynarodowe i społecznościowe przyczyniły się do wywołania globalnego zainteresowania i wsparcia dla tych rewolucji. Przykłady takie jak pomarańczowa rewolucja na Ukrainie, zielona rewolucja w Iranie oraz jaśminowa rewolucja pokazują, że media międzynarodowe i społecznościowe przyciągają globalną uwagę, mobilizując międzynarodową opinię publiczną oraz wywierają presję na reżimy. Wydarzenia takie jak te w Ferguson czy Gezi Park zyskały międzynarodowe poparcie dzięki nagłaśnianiu brutalności i represji w mediach, podobnie jak protesty „żółtych kamizelek” we Francji, co wzmocniało globalną solidarność i presję na zmiany polityczne. W każdym przypadku media odegrały kluczową rolę w mobilizacji międzynarodowego wsparcia dla ruchów rewolucyjnych.

Po szóste, media mogą tworzyć bohaterów i symbole rewolucji, które inspirują i jednoczą ludzi w walce o wspólny cel. Media nagłaśniają jednostki, których los staje się symbolem oporu wobec władzy, co potrafi wzmocnić determinację i morale rewolucjonistów. Przykładem może być przypadek Mohameda Bouaziziego, którego tragiczny akt samospalenia zainspirował rewolucje w krajach Arabskiej Wiosny, a media społecznościowe i tradycyjne przekazały tę historię na cały świat, czyniąc Bouaziziego symbolem walki przeciwko niesprawiedliwości. Podobne zjawisko miało miejsce podczas rewolucji amerykańskiej, gdzie bohaterowie tacy jak George Washington i Thomas Paine, dzięki prasie, stali się symbolami walki o niepodległość. W rewolucji francuskiej

Maximilien Robespierre stał się symbolem rewolucyjnych wartości, podobnie jak Fidel Castro i Che Guevara w rewolucji kubańskiej, których wizerunki w mediach jednoczyły ludzi wokół idei rewolucji. W rewolucji październikowej z 1917 roku Lenin stał się symbolem komunistycznej walki, a w pomarańczowej rewolucji na Ukrainie media wyniosły Wiktora Juszczenkę jako symbol walki o demokrację. Natomiast Michael Brown w Ferguson stał się symbolem oporu przeciwko brutalności aparatu władzy, a jego historia nagłaśniana przez media umacniała determinację protestujących.

Po siódme, media mogą być wykorzystywane do dezinformacji i tworzenia kontrnarracji, co może destabilizować rewolucje lub wpływać na postrzeganie ruchów rewolucyjnych przez społeczeństwo. Współczesne konflikty, takie jak pomarańczowa rewolucja na Ukrainie, pokazały, jak media mogą stać się areną walki informacyjnej, gdzie zarówno rewolucjoniści, jak i rządy używają mediów, by manipulować opinią publiczną. Dezinformacja i fałszywe wiadomości mogą osłabiać siłę rewolucji, tworząc chaos informacyjny. Podobna sytuacja miała miejsce podczas rewolucji kubańskiej, gdzie reżim Batisty wykorzystywał media do szerzenia propagandy przeciwko Castro, a media partyzanckie były używane do przedstawiania rewolucji w pozytywnym świetle. W czasie zielonej rewolucji w Iranie rząd wykorzystywał państwowe media do szerzenia fałszywych informacji na temat protestujących, przedstawiając ich jako zagranicznych agentów, co miało na celu podważenie ich legitymacji. W trakcie jaśminowej rewolucji rządy krajów arabskich próbowały wykorzystać kontrolowane media do tworzenia narracji przedstawiającej protestujących jako zagrożenie ładu państwowego. Również podczas zamieszek w Ferguson media nieprzychylnie protestującym próbowały dyskredytować ruch, ukazując protesty jako akty wandalizmu i przestępczości, a nie jako działania na rzecz sprawiedliwości społecznej. W zamieszkach w Gezi Park rząd turecki manipulował mediami, aby przedstawić protestujących jako radykałów zagrażających porządkowi publicznemu, co miało osłabić poparcie dla ruchu.

Ósmą strefą wpływu mediów na rewolucje jest zarządzanie kryzysem przez rządy za pośrednictwem mediów. Rządy, w obliczu rewolucji i protestów, często wykorzystują media do kontrolowania narracji, legitymizowania działań represyjnych i manipulowania opinią publiczną w celu utrzymania porządku. Media państwowe, a także sprzyjające władzy stacje telewizyjne, gazety i strony internetowe mogą przedstawiać rewolucjonistów jako zagrożenie dla stabilności i bezpieczeństwa narodowego, starając się w ten sposób zniechęcić społeczeństwo do wspierania ruchów rewolucyjnych. Podczas rewolucji kubańskiej reżim Batisty przedstawiał Castro i jego zwolenników jako zagro-

zenie dla narodu, podobnie jak podczas rewolucji październikowej rząd tymczasowy dyskredytował bolszewików, a rząd Marcosa na Filipinach kontrolował media, manipulując informacjami, by osłabić opozycję. W zielonej rewolucji w Iranie media państwowe przedstawiały protestujących jako zagrożenie dla stabilności, co legitymizowało represje. W zamieszkach w Ferguson, tureckim Gezi Park i protestach „żółtych kamizelek” we Francji władze manipulowały mediami, aby osłabić wsparcie społeczne dla ruchów, przedstawiając demonstrantów jako agresywnych i destabilizujących porządek.

Podsumowując, media odgrywają kluczową rolę w kształtowaniu rewolucji, zaczynając od prasy drukowanej, która mobilizowała społeczeństwo podczas rewolucji angielskiej, amerykańskiej i francuskiej. W XX wieku radio i telewizja stały się narzędziem mobilizacji, czego przykładem są rewolucja kubańska oraz rewolucja na Filipinach, a współczesne media społecznościowe odegrały decydującą rolę w rewolucjach takich jak pomarańczowa rewolucja na Ukrainie, zielona rewolucja w Iranie i Arabskiej Wiośnie. Media kształtują opinię publiczną, wspierając ruchy rewolucyjne poprzez dostarczanie informacji, czego przykładem są rewolucje październikowa, kubańska i filipińska. Jednocześnie media są wykorzystywane przez rewolucjonistów do szerzenia propagandy, jak podczas rewolucji bolszewickiej i kubańskiej, a także przez rządy do manipulowania przekazem i legitymizowania represji, co było widoczne w Iranie, Ferguson czy w Gezi Park. Media społecznościowe z powodzeniem omijają cenzurę rządową, jak w Iranie czy Mołdawii, oraz tworzą symbole rewolucji, takie jak Mohamed Bouazizi czy Michael Brown. Niestety, media mogą być również narzędziem dezinformacji, destabilizując rewolucje, jak w przypadku rewolucji kubańskiej, zielonej rewolucji w Iranie czy zamieszek w Gezi Park. Wreszcie, rządy często wykorzystują media do zarządzania kryzysami, przedstawiając rewolucjonistów jako zagrożenie dla porządku publicznego, co miało miejsce na Kubie, Filipinach, w Iranie, Ferguson i Francji podczas protestów „żółtych kamizelek”.

Analizując rolę mediów w rewolucjach, można wyciągnąć kilka kluczowych wniosków. Po pierwsze, media są potężnym narzędziem wpływu, które może wspierać zarówno rewolucje, jak i reżimy. Ich rola w mobilizacji, informowaniu i kształtowaniu opinii publicznej jest niezaprzeczalna. Historia pokazuje, że media były i nadal są kluczowym elementem w procesach rewolucyjnych.

Po drugie, rola mediów w rewolucjach ewoluowała wraz z rozwojem technologii. Tradycyjne media drukowane i elektroniczne ustąpiły miejsca nowoczesnym mediom społecznościowym, które oferują nowe możliwości organizacji i mobilizacji społecznej.

Media społecznościowe stały się głównym narzędziem komunikacji podczas współczesnych rewolucji, umożliwiając szybkie i szerokie rozpowszechnianie informacji.

Po trzecie, współczesne rewolucje coraz bardziej polegają na mediach społecznościowych, które oferują szybki i szeroki zasięg komunikacji. Media społecznościowe stały się nie tylko narzędziem informacyjnym, ale również platformą do organizacji i koordynacji działań rewolucyjnych. Przykłady takie jak zielona rewolucja w Iranie i pomarańczowa rewolucja na Ukrainie szczególnie wyraźnie pokazują, jak media społecznościowe mogą być wykorzystywane do mobilizacji i koordynacji działań protestacyjnych.

Po czwarte, media mogą być również narzędziem propagandy i dezinformacji. Władze mogą wykorzystywać media do kontrolowania narracji i tłumienia opozycji, co stawia wyzwania przed wolnością słowa i pluralizmem mediów. Przykłady takie jak rewolucja październikowa i rewolucja kubańska pokazują, jak media mogą być wykorzystywane do szerzenia propagandy i utrwalania władzy.

Po piąte – polaryzacja mediów, wyrażająca się w ich podziale na media prorządowe i opozycyjne, staje się coraz bardziej widoczna i koreluje z różnicami pomiędzy tradycyjnymi a nowymi mediami. Internet, szczególnie w kontekście rozwoju Web 2.0, zyskał opinię medium o demokratycznym charakterze, umożliwiającym swobodną wymianę myśli i treści w różnorodnych formach. Jego interaktywność i brak centralnej kontroli nad przepływem informacji sprzyjają pluralizmowi, gdzie zróżnicowane poglądy mogą swobodnie współistnieć. Niemniej jednak, przykłady takich krajów jak Chiny czy Rosja pokazują, że nawet internet, pomimo swojej otwartości, może być poddany skutecznej kontroli. Cenzura, blokowanie stron oraz nadzór nad aktywnością użytkowników dowodzą, iż internet może również stać się narzędziem manipulacji i ograniczania wolności słowa.

Po szóste - nowe media, chociaż potrafią być skutecznym narzędziem mobilizacji i informowania, same w sobie nie gwarantują sukcesu żadnej rewolucji. Mogą przyspieszać proces organizacyjny i wpływać na skalę protestów, ale w ostatecznym rozrachunku inne czynniki, takie jak organizacja, liderzy, poparcie międzynarodowe oraz siły przeciwdziałające, decydują o wyniku rewolucji. Przykłady rewolucji wspieranych przez media społecznościowe, takich jak Arabska Wiosna, pokazują, że chociaż nowe media mogą ułatwiać początkową mobilizację społeczną, to bez silnego zaplecza politycznego i strategii sukces nie jest gwarantowany, a czasem nawet pojawiają się odwrotne skutki, jak chaos i destabilizacja.

Po siódme - nowe media, w porównaniu do tradycyjnych środków przekazu, znacznie przyspieszają proces organizacji rewolucji. Internet, media społecznościowe i aplikacje komunikacyjne pozwalają na szybsze i bardziej efektywne planowanie działań. Wcześniej, w erze prasy drukowanej, radia czy telewizji, organizacja rewolucji była znacznie trudniejsza ze względu na ograniczoną zdolność do szybkiej komunikacji i mobilizacji dużych grup ludzi. Współczesne technologie umożliwiają natychmiastowe rozpowszechnianie informacji, co jest kluczowe dla sukcesu wszelkich działań zbiorowych. Przykłady rewolucji, które wybuchły w dobie internetu, pokazują, że przy użyciu starych mediów, wiele z nich mogłoby nigdy nie dojść do skutku.

Analiza historycznych i współczesnych rewolucji pokazuje, że media mają fundamentalne znaczenie w kształtowaniu rozwoju ruchów rewolucyjnych. Ich wpływ na społeczeństwo i politykę pozostaje istotnym tematem badań i refleksji. Współczesne rewolucje są coraz bardziej mediatyzowane, co ma kluczowe znaczenie dla ich przebiegu. Mediatyzacja rewolucji charakteryzuje się dominującą rolą logiki mediów w odniesieniu do samych rewolucji, co determinuje ich rozpoczęcie, zasięg, znaczenie, dostępność informacji oraz postrzeganie przez społeczeństwo. Współczesne rewolucje bez udziału mediów społecznościowych wydają się wręcz niemożliwe, co podkreśla ich kluczową rolę w mobilizacji społecznej i kształtowaniu opinii publicznej.

Nowoczesne technologie komunikacyjne często odgrywały kluczową rolę w procesach rewolucyjnych. Zarówno rewolucjoniści, jak i ich przeciwnicy dostrzegali znaczenie środków masowego przekazu w wywoływaniu kryzysów i określaniu ich skutków. Dynamika rewolucji świadczą o ważnej i symbolicznej roli, jaką w ruchu rewolucjonistów odegrała ich zdolność do posiadania własnego środka przekazu.

Media społecznościowe z pewnością mogą być wykorzystywane do kreowania zmian i wpływania na opinię publiczną w atmosferze ruchu społecznego; możliwości współczesnych ważnych platform, takich jak Facebook, YouTube i Twitter, generują wzrost znaczenia i rozgłos dla sprawy i jej przesłania. Wraz z rozwojem historii naszego świata i rozwojem technologii, intensywne korzystanie z platform mediów społecznościowych będzie nadal stanowiło stałe źródło badań nad mediami i kulturą.

Rozdział 5

Mediatyzacja rewolucji przez media społecznościowe na przykładzie wydarzeń w Gezi Park w 2013 roku

Zamieszki w parku Gezi w Turcji pod koniec maja 2013 roku⁶⁶³, stały się symbolem oporu społecznego wobec polityki rządu premiera Recepta Tayyipa Erdoğan⁶⁶⁴. Ich geneza sięga planów urbanistycznych zakładających przekształcenie zielonej przestrzeni parku Gezi w komercyjne centrum z wielkim meczetem⁶⁶⁵, w ramach szerzej zakrojonego projektu „Pieszkiej Strefy Taksim”⁶⁶⁶. Zaczęło się od spontanicznego zgromadzenia kilkudziesięciu osób, które zdecydowały się rozbić obóz w parku, aby zapobiec wycince drzew. Ten gest oporu szybko przerodził się w masowe protesty, obejmujące nie tylko Stambuł, ale również inne tureckie miasta, stając się jednym z najważniejszych wydarzeń społecznych XXI wieku w Turcji⁶⁶⁷.

Pierwsze działania ruchu protestacyjnego skoncentrowane były na obronie parku Gezi jako symbolu zielonej przestrzeni i publicznego dziedzictwa mieszkańców Stambułu⁶⁶⁸. Rządowe plany urbanistyczne, postrzegane jako część neoliberalnej polityki rozwojowej, spotkały się z szerokim oporem społecznym. Projekt przekształcenia parku był kroplą, która przepełniła czarę goryczy, mobilizując różnorodne grupy społeczne do działania. Z perspektywy protestujących, plany te nie tylko zagrażały przestrzeni pu-

⁶⁶³ *Timeline of Gezi Park protests*, <https://www.hurriyetdailynews.com/timeline-of-gezi-park-protests-48321>, 04.02.2020.

⁶⁶⁴ H. Seckinelgin, *Social policy and conflict: the Gezi Park–Taksim demonstrations and uses of social policy for reimagining Turkey*, „Third World Quarterly”, nr 37(2), 2016, s. 13-14.

⁶⁶⁵ M. Yetkin, A. Şimşek, *A theoretical analysis of the Gezi Resistance: Implications for political communication of new social movements*, „Online Journal of Communication and Media Technologies”, nr 7(2), 2017, s.1.

⁶⁶⁶ S. Beyoğlu, *The Making of: Taksim Belongs to Pedestrians*, <https://saltonline.org/en/74/the-making-of-taksim-belongs-to-pedestrians>, 30.11.2019.

⁶⁶⁷ B. Franchi, *Occupy Gezi Parki: eyewitness accounts*, „Contention: The Multidisciplinary Journal of Social Protest Peer Reviewed Journal”, Vol. 1, 2013, s.107.

⁶⁶⁸ C. Taştan, *The Gezi Park protests in Turkey: A qualitative field research*, „Insight Turkey”, nr 15(3), 2013, s. 27.

blicznej, ale także symbolizowały dążenie rządu do kontrolowania życia publicznego i prywatnego obywateli⁶⁶⁹.

Protesty w parku Gezi szybko przekształciły się z lokalnego ruchu oporu w ogólnonarodowy ruch społeczny⁶⁷⁰, kwestionujący autorytaryzm rządu i domagający się większej demokracji i poszanowania praw obywatelskich. Uczestnicy ruchu, wykorzystując nowoczesne technologie i media społecznościowe, zorganizowali szeroko zakrojoną kampanię oporu, która zyskała międzynarodowy rozgłos. Ruch ten skupiał nie tylko osoby sprzeciwiające się konkretnym projektom urbanistycznym, ale również szerokie spektrum uczestników dążących do afirmacji indywidualnej wolności wobec dominacji systemowej⁶⁷¹.

Ruch charakteryzował się wykorzystaniem różnorodnych form protestu, od pokojowych manifestacji, przez performances artystyczne, po bezpośrednie starcia z siłami policyjnymi. W sposób szczególny zaznaczyła się rola mediów społecznościowych jako narzędzia mobilizacji i koordynacji działań. Protestujący tworzyli przestrzeń dla alternatywnych form życia społecznego, eksperymentując z modelami demokracji bezpośredniej i budując sieci solidarności między uczestnikami⁶⁷².

Protesty w parku Gezi miały dalekosiężny wpływ na turecką politykę i społeczeństwo, stając się punktem zwrotnym w debacie o przyszłości demokracji w Turcji. Z jednej strony ruch ten ujawnił głębokie podziały w tureckim społeczeństwie, z drugiej zaś, zademonstrował siłę społecznego oporu wobec autorytaryzmu. Choć cele protestów nie zostały osiągnięte w sposób bezpośredni, ich wpływ i znaczenie dla tureckiego społeczeństwa i polityki pozostają niezaprzeczalne. Ruch ten nie tylko skonfrontował obywateli z autorytarnymi tendencjami rządzących, ale również zainspirował do szerszej refleksji nad kierunkami rozwoju współczesnej demokracji w Turcji oraz nad rolą społeczeństwa obywatelskiego w procesach decyzyjnych⁶⁷³.

⁶⁶⁹ J.-F. Perouse, *Hybristanbul. Les grands projets d'aménagement urbain en Turquie*, <https://laviedesidees.fr/Hybristanbul>, 04.02.2024.

⁶⁷⁰ G. Ertem, *Gezi Uprising. Performative Democracy and Politics of the Body in an Extended Space of Appearance*, [w:] *Media Practices, Social Movements, and Performativity*, M. Lünenborg (red.), Routledge, 2018, s. 81.

⁶⁷¹ Ç. Tahaoğlu, Y. Yöney, *Every Park Become Gezi Park in Turkey*, <https://bianet.org/haber/every-park-become-gezi-park-in-turkey-147740>, 03.03.2024.

⁶⁷² A. L. Farro, D. G. Demirhisar, *The Gezi Park movement: a Turkish experience of the twenty-first-century collective movements*, „International Review of Sociology”, nr 24.1, 2014, s. 181.

⁶⁷³ O. Zihnioglu, *The Legacy of the Gezi Protests in Turkey*, <https://carnegieeurope.eu/2019/10/24/legacy-of-gezi-protests-in-turkey-pub-80142>, 03.03.2024.

Znaczącym elementem protestów w parku Gezi było wykorzystanie nowoczesnych technologii i mediów społecznościowych do mobilizacji, organizacji oraz wymiany informacji. Media społecznościowe odegrały kluczową rolę w szybkim rozprzestrzenianiu się ruchu i przyciąganiu uwagi międzynarodowej społeczności. Demonstranci wykorzystali także metody bezpośredniej demokracji, organizując zgromadzenia i dyskusje, co pozwoliło na wyrażenie i skonfrontowanie różnorodnych poglądów wewnątrz ruchu.

W kontekście globalnym protesty w parku Gezi dołączyły do szeregu innych ruchów oporu, takich jak Occupy Wall Street czy Ruch 15M w Hiszpanii, podkreślając wspólną potrzebę obrony przestrzeni publicznych, demokracji oraz praw obywatelskich w obliczu rosnących tendencji autorytarnych i neoliberalnych w zarządzaniu miejskim i państwowym na całym świecie⁶⁷⁴.

Metodologia badań dotyczących mediatyzacji protestów w parku Gezi opierała się na analizie źródłowej oraz analizie dyskursu medialnego odnoszącego się do zamieszek. Zastosowane podejście badawcze przybrało formę analizy zawartości mediów, rozszerzoną o nowoczesne techniki przetwarzania danych i algorytmy analizy treści w mediach cyfrowych. Pozwoliło to na zidentyfikowanie kluczowych narracji oraz sposobów przedstawiania wydarzeń przez różne platformy komunikacyjne.

Analiza zawartości mediów w kontekście badań nad protestami w parku Gezi była skoncentrowana na zrozumieniu, w jaki sposób różne media przedstawiały te wydarzenia. Analizie poddano różne formy medialne, w tym artykuły prasowe, transmisje telewizyjne oraz posty i komentarze w mediach społecznościowych, aby uzyskać pełniejszy obraz sposobu komunikowania i interpretacji protestów przez różne platformy.

W analizie położono szczególny nacisk na różnorodność narracji. Z jednej strony eksplorowano treści popierające rząd, które często przedstawiały protestujących w negatywnym świetle, sugerując ich marginalne znaczenie lub próbując delegitymizować ich działania poprzez przypisywanie im destrukcyjnych motywów. Z drugiej strony, uwagę poświęcono również mediom krytykującym rząd, które skłaniały się ku przedstawianiu protestów jako zasadniczego wyrazu demokratycznych aspiracji społeczeństwa, podkreślając ich pokojowy charakter oraz zróżnicowane i ważne cele społeczne i polityczne.

⁶⁷⁴ A. Farro, H. Lustiger-Thaler, E. Toscano, *Reimagining social movements: From collectives to individuals*, Ashgate Publishing Ltd., Surrey, 2014, s. 15-16.

Takie podejście do analizy zawartości, zgodnie z kluczowymi cechami wskazanymi przez Pisarka – obiektywność, systematyczność, wieloaspektowość, kompleksowość, uwzględnienie formy i treści, kontekstualność oraz funkcja praktyczna i poznawcza – umożliwiło nie tylko ocenę sposobu raportowania o protestach, ale również zrozumienie, jak media kształtują publiczną percepcję takich wydarzeń. Obiektywność oznaczała, że analiza treści była przeprowadzona w sposób neutralny, bez subiektywnych osądów, co pozwoliło na rzetelne przedstawienie różnorodnych narracji medialnych dotyczących protestów w parku Gezi, bez wpływu ideologicznych założeń. Systematyczność wskazywała na zorganizowany i precyzyjny proces badawczy, który umożliwił dokładne prześledzenie i porównanie narracji w różnych typach mediów – od artykułów prasowych, przez transmisje telewizyjne, aż po posty i komentarze w mediach społecznościowych. Wieloaspektowość tej analizy obejmowała różnorodne elementy medialnych przekazów, zarówno ich treści, jak i formy. Badano nie tylko to, co było komunikowane, ale również sposób, w jaki to przedstawiano, co pomogło w zrozumieniu zarówno informacyjnej, jak i emocjonalnej warstwy przekazów. Kompleksowość analizy zawartości była widoczna dzięki szerokiemu zasięgowi badań, które obejmowały różne platformy medialne i różne sposoby komunikacji, co pozwoliło na całościowe spojrzenie na wpływ mediów na opinię publiczną. Uwzględnienie formy i treści oznaczało, że analiza zwracała uwagę nie tylko na samą treść przekazów, ale także na ich strukturę, używane środki wyrazu oraz sposób, w jaki media przedstawiały protesty. Kontekstualność była równie istotnym elementem analizy, ponieważ uwzględniała osadzenie przekazów medialnych w odpowiednich kontekstach społecznych, politycznych i kulturowych. Analiza dotyczyła nie tylko samych wydarzeń, ale również tego, jak były one interpretowane w danym momencie i jak różne grupy społeczne nadawały im znaczenie. Funkcja praktyczna i poznawcza analizy zawartości pozwoliła zarówno na dogłębne poznanie, jak media kształtują publiczne opinie, jak i na zrozumienie ich wpływu na odbiorców. Dzięki temu możliwe było zidentyfikowanie strategii medialnych, które miały na celu manipulowanie lub wzmacnianie określonych narracji, co mogło być użyteczne w kontekście tworzenia polityki medialnej oraz oceny skuteczności komunikacji. Dzięki zastosowaniu tych cech analiza zawartości umożliwiła uchwycenie dynamiki

dyskursu publicznego oraz zrozumienie, w jaki sposób media wpływały na odbiorców podczas protestów w parku Gezi⁶⁷⁵.

Analiza treści mediów społecznościowych, a zwłaszcza działalności na platformie Twitter podczas protestów w parku Gezi była kluczowym elementem badań mających na celu zrozumienie roli, jaką te media odegrały w dystrybucji informacji i mobilizacji uczestników. Badania skupiły się na dogłębnej analizie tweetów, zarówno oryginalnych, jak i retweetów, co pozwoliło na ocenę, jak szybko i szeroko informacje rozprzestrzeniały się wśród użytkowników.

Zastosowane główne narzędzia analizy obejmowały kilka technik: analizę ilościową tweetów, która dostarczyła danych na temat liczby postów związanych z protestami, ocenę sentymentu, dzięki której można było zrozumieć, jakie emocje dominowały w dyskusjach oraz modelowanie tematyczne, które pomogło zidentyfikować główne tematy i kwestie poruszane przez użytkowników. Te metody umożliwiły zrozumienie, jakie treści najbardziej angażowały społeczność, a także jakie strategie komunikacyjne były najskuteczniejsze w mobilizacji i budowaniu wsparcia dla protestów.

Analiza sentymentu wykazała różnorodność emocji towarzyszących komunikatom, od gniewu i oburzenia po nadzieję i solidarność, co podkreślało emocjonalny wymiar komunikacji w czasach kryzysu. Z kolei modelowanie tematyczne pozwoliło wyodrębnić główne wątki rozmów, takie jak sprzeciw wobec działań rządu, apeli o pokojowe zgromadzenia, a także dyskusje na temat praw obywatelskich i demokracji. Dodatkowo, analiza treści tweetów zarówno oryginalnych, jak i retweetów, umożliwiła zrozumienie, które informacje miały największy rezonans wśród użytkowników i były najczęściej rozpowszechniane. W rezultacie można było zidentyfikować najbardziej wpływowe komunikaty oraz sposób, w jaki informacje i idee były wzmacniane przez społeczność online, co przyczyniło się do szybkiego rozprzestrzeniania się ruchu protestacyjnego.

Podsumowując, kompleksowa analiza treści mediów społecznościowych, w szczególności na Twitterze, dostarczyła cennych wglądów w dynamikę i wpływ komunikacji online na rzeczywiste działania społeczne i polityczne, pokazując, jak nowoczesne technologie informacyjne mogą przyczyniać się do kształtowania opinii publicznej i mobilizacji mas w kluczowych momentach społecznych zmaganiań.

⁶⁷⁵ W. Pisarek, *Analiza zawartości prasy: drogi rozwoju*, „Zeszyty Prasoznawcze” 2, 1983, s. 5-16.

Metodologia badawcza zastosowana w analizie wpływu mediów społecznościowych na dynamikę protestów w parku Gezi opierała się na trzech kluczowych etapach: zbieraniu danych, ich przygotowaniu i analizie. Początkowy etap zbierania danych polegał na selekcji tweetów z okresów, kiedy protesty były najbardziej intensywne⁶⁷⁶. Używając kluczowych hashtagów związanych z protestami, takich jak #direngeziparki, #occupygezi, czy #direnankara, udało się zgromadzić znaczącą liczbę postów od użytkowników, którzy aktywnie komentowali lub relacjonowali wydarzenia.

Kolejny etap to przygotowanie danych. W tym przypadku zbiory danych zostały oczyszczone z niepotrzebnych elementów, które mogłyby zaburzyć analizę treści. Usunięto m.in. URL-e, metadane, a także powtarzające się treści, co umożliwiło skupienie się wyłącznie na merytorycznej treści tweetów. Taki proces przygotowania danych jest kluczowy, aby upewnić się, że analiza będzie zarówno precyzyjna, jak i istotna.

Ostatni etap, obejmujący analizę sentymentu i modelowanie tematyczne, pozwolił na dogłębne zrozumienie tonu komunikatów oraz identyfikację głównych tematów, które dominowały w dyskusjach prowadzonych przez użytkowników Twittera podczas protestów. Analiza sentymentu, czyli ocena emocjonalnego zabarwienia tweetów, ujawniła różnorodne nastroje obecne w komunikacji — od gniewu i frustracji po nadzieję i solidarność. Z kolei modelowanie tematyczne, wykorzystujące algorytmy sztucznej inteligencji do grupowania pokrewnych tematycznie postów, pozwoliło zidentyfikować kluczowe wątki, takie jak naruszenia praw obywatelskich, odpowiedź władz na protesty czy rola mediów społecznościowych w mobilizacji społecznej.

Te metody nie tylko umożliwiły pełniejsze zrozumienie wpływu Twittera na rozwój i percepcję protestów, ale również pozwoliły na wyciągnięcie wniosków na temat roli mediów społecznościowych w nowoczesnych ruchach społecznych i politycznych. Dzięki nim można było także ocenić jak cyfrowa przestrzeń publiczna staje się areną dla dyskusji politycznych, transformując sposób, w jaki społeczeństwa angażują się w działania obywatelskie.

5.1. Tożsamość uczestników protestów

Tożsamość uczestników protestów takich jak te w parku Gezi, ujawnia fascynującą dynamikę między indywidualnym poczuciem przynależności a szerokim spektrum mo-

⁶⁷⁶ Tweety pochodzą z okresu od 28 maja do 23 czerwca 2013 roku

tywacji prowadzących do zaangażowania społecznego. Kluczowe w tej dynamice jest to, jak tożsamość społeczna - rozumiana jako świadomość przynależności do pewnych grup społecznych - motywuje ludzi do działania i kształtuje ich doświadczenie protestu. Tożsamość społeczna pełni kluczową rolę w mobilizacji uczestników protestów. Jest to zjawisko wielowymiarowe, gdzie identyfikacja z grupą wpływa na to, jak jednostki postrzegają siebie, swoje cele oraz miejsce w społeczeństwie. W kontekście parku Gezi, uczestnictwo w protestach służyło nie tylko wyrażeniu sprzeciwu wobec konkretnej decyzji rządowej, ale także afirmacji własnej tożsamości społecznej - bycie częścią „nas” przeciwko „nim”. W tych warunkach, protest staje się aktem solidarności, gdzie podział na „my” (protestujący) a „oni” (np. władze, które sprzeciwiają się postulatam protestu) staje się wyraźniejszy, wzmacniając poczucie przynależności i wspólnoty⁶⁷⁷.

Przyczyny zaangażowania uczestników protestów w parku Gezi obrazują złożoność i wielowymiarowość tożsamości społecznej protestujących. Manifestacje te pokazały, że przestrzeń publiczna może stać się areną dla różnorodnych grup społecznych, często niezwiązanych na co dzień, które łączy wspólna sprawa.

Obrona środowiska wyłoniła się jako jeden z głównych impulsów do działania. Niepokój związany z degradacją przyrody i zagrożeniem dla przestrzeni publicznych zjednoczył osoby o odmiennych poglądach politycznych. Tożsamość ekologiczna stała się wspólnym mianownikiem dla tych, którzy postanowili działać na rzecz ochrony wspólnego dobra – aż 86% biorących udział w protestach wskazało sprzeciw wobec wycinki drzew jako przyczynę ich zaangażowania, podczas gdy jedynie mała grupa (9,6%) stanowczo wykluczyła to jako motywację do udziału w manifestacjach⁶⁷⁸.

Wolność i prawa człowieka były kluczowymi czynnikami mobilizującymi uczestników protestów. Sprzeciw wobec ograniczania wolności obywatelskich, który zgłosiło 96,3%, oraz naruszenie demokratycznych praw, zauważone przez 96,1%, stanowiły główne powody udziału w manifestacjach⁶⁷⁹. Co więcej, 97% zwróciło uwagę na wzrastające autorytarne tendencje ze strony władz, co dodatkowo motywowało ich do zaan-

⁶⁷⁷J. Turner, P. Oakes, *The significance of the social identity concept for social psychology with reference to individualism, interactionism and social influence*, „British Journal of Social Psychology”, nr 25 (3), 1986, s. 237.

⁶⁷⁸ Obliczenia własne na podstawie raportu E. E. Bilgiç, Z. Kafkaslı, *Gencim, özgürlükçüyüm, ne istiyorum?# direngeziparkı Anketi Sonuç Raporu*, „İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları”, 2013, s. 22.

⁶⁷⁹ Obliczenia własne na podstawie raportu E. E. Bilgiç, Z. Kafkaslı, *Gencim, özgürlükçüyüm ...*, dz. cyt., s. 22.

gażowania⁶⁸⁰. Protesty te nabierały zatem wymiaru obrony demokracji oraz podstawowych praw człowieka.

Innych uczestników motywowały polityczne i społeczne przyczyny, takie jak opozycja wobec polityki rządowej (90,1%) czy niesprawiedliwości społeczne (94,8%)⁶⁸¹. Zaangażowanie to wynikało z głęboko zakorzenionych przekonań i dążeń do zmian w krajobrazie politycznym i społecznym.

Różnorodne tło inspiracji protestujących ukazuje, że protest może stać się przeszczenią, gdzie odmienne tożsamości i motywacje znajdują wspólny język. Uczestnicy, mimo różnic, potrafią zjednoczyć się wokół wspólnych celów, tworząc silną, choć czasem tymczasową, wspólnotę. Wspólny cel — obrona parku, wolności i demokracji — przekształca się w siłę napędową, która przekracza indywidualne różnice.

Według analizy Yilmaza Aktaya, protestujący przeciwko status quo⁶⁸² reprezentowali przede wszystkim mniejsze, lewicowo zorientowane grupy.

Wydarzenia w parku Gezi szybko przekształciły się w manifestację szerszych niezadowolonych społecznych. Zamieszki zgromadziły różnorodne frakcje, od lewicowych rewolucjonistów i nacjonalistów, po miejskie elity, czasami określane mianem „Białych Turków”⁶⁸³. Byli to głównie wyborcy partii CHP (Republikańska Partia Ludowa) oraz İP (Partia Dobrego). Profil uczestników był zróżnicowany. Obok lewicowych i nacjonalistycznych przekonań, wśród protestujących można było spotkać młodzież bez wyraźnej identyfikacji ideologicznej, ale pod wpływem opozycyjnej retoryki. Członkowie partii TKP (Komunistyczna Partia Turcji), EMEP (Partia Pracy Ludowej), ÖDP (Partia Wolności i Solidarności) oraz nielegalnych organizacji lewicowych jak DHKP-C (Front Ludowo-Wyzwoleńczy Rewolucyjnych Partii) znaleźli wspólną płaszczyznę z anarchistami, feministkami, a także z sekularnymi nacjonalistami, częścią wyborców MHP (Nacjonalistyczna Partia Działania)⁶⁸⁴.

⁶⁸⁰ Obliczenia własne na podstawie raportu E. E. Bilgiç, Z. Kafkaslı, *Gencim, özgürlükçüyüm ...*, dz. cyt., s. 22.

⁶⁸¹ Obliczenia własne na podstawie raportu E. E. Bilgiç, Z. Kafkaslı, *Gencim, özgürlükçüyüm ...*, dz. cyt., s. 22.

⁶⁸² Termin „status quo” w tym kontekście odnosi się do ustalonego porządku politycznego i społecznego w Turcji pod rządami partii AK (Partii Sprawiedliwości i Rozwoju) kierowanej przez ówczesnego premiera Recepta Tayyipa Erdoğan. por. Y. Aktay, *Gezi Parkı Etrafında Yaşanan Toplumsal Olaylara İlişkin İzleme ve Değerlendirme Raporu*, „Stratejik Düşünce Enstitüsü”, 2013, s. 16

⁶⁸³ I. Yorukoglu, *Whiteness as an act of belonging: White Turks phenomenon in the post 9/11 world*, „Glocalism: Journal of Culture, Politics and Innovation”, nr 2, 2017, s. 3

⁶⁸⁴ Y. Aktay, *Gezi Parkı...*, dz. cyt., s. 16.

Intrygującym aspektem protestów była obecność Alewitów⁶⁸⁵, którzy solidaryzowali się z protestującymi, a także muzułmańskich kapitalistów i rewolucyjnych islamistów, grupy skupionej wokół İhsan Eliaçık. Protesty przyciągnęły również grupy kryminalne i militarystyczne, które chciały wykorzystać sytuację do własnych celów⁶⁸⁶.

Baskin Oran, turecki naukowiec i publicysta, w swojej pracy z 2013 roku przedstawił alternatywną klasyfikację uczestników protestów w parku Gezi, która znacznie różni się od powszechnych podziałów. Oran skoncentrował się na trzech głównych kategoriach, które odzwierciedlają różnorodność i dynamikę tego ruchu społecznego⁶⁸⁷.

Pierwsza kategoria, *Geziciler*⁶⁸⁸, stanowiła jądro protestów. Była to grupa, która zainicjowała wydarzenia poprzez obronę drzew przed wycinką. Cechował ich indywidualizm, specyficzne poczucie humoru, brak związku z tradycyjną polityką oraz antypolityczne podejście. *Geziciler* unikali używania tradycyjnych symboli politycznych, takich jak flagi czy sztandary, zamiast tego tworząc spontaniczne pankarty. Byli wyrazem nowego typu mobilizacji społecznej, który wyłonił się w warunkach rosnącego dobrobytu i urbanizacji za rządów AKP, stanowiąc kontrast dla bardziej zorganizowanych i ideologicznie ukierunkowanych grup protestujących.

Druga grupa, *Meydancılar*⁶⁸⁹, była heterogenicznym środowiskiem otaczającym *Geziciler*. Wielu z nich łączył przede wszystkim sprzeciw wobec rządzącej partii AKP i nacjonalizm. W tej grupie znajdowali się członkowie różnych organizacji i partii, w tym CHP i İP, którzy zostali zmobilizowani przez organizację „Taksim Dayanışması”. Decyzje dotyczące organizacji mitingów i ich realizacji były podejmowane przez zespół koordynacyjny w ramach tej współpracy, często bez szerokiego informowania opinii publicznej.

Trzecią grupę stanowili *Kırdökcüler*⁶⁹⁰, którzy znajdowali się na zewnętrznym kręgu ruchów społecznych. Ich działania były często przemocowe, co zaburzało pokojowy

⁶⁸⁵ alewici, tur. alevi, alewi, *muzułmańskie ugrupowanie religijne wywodzące się z szyizmu, powstałe na przeł. XV i XVI w. w Turcji*, <https://encyklopedia.pwn.pl/haslo/alewici;3867687.html> 20.02.2022.

⁶⁸⁶ Y Y. Aktay, *Gezi Parkı...*, dz. cyt., s. 16.

⁶⁸⁷ B. Oran, *Taksim-Gezi'nin üç halkası ve AKP*, <https://www.agos.com.tr/tr/yazi/9159/taksim-> 12.04.2024.

⁶⁸⁸ Termin "Geziciler" pochodzi od tureckiego słowa "Gezi", które oznacza "wycieczkę" lub "spacer". "Geziciler" dosłownie można by przetłumaczyć jako "osoby spacerujące" lub "wędrowcy".

⁶⁸⁹ Termin "Meydancılar" pochodzi od tureckiego słowa "meydan", które oznacza "plac" lub "miejsce publiczne".

⁶⁹⁰ Słowo "Kırdökcüler" w języku tureckim nie ma bezpośredniego, znanego znaczenia w standardowym słowniku.

i ekologiczny charakter protestów. Ta grupa była szczególnie eksponowana przez rządzącą partię, która dążyła do zdyskredytowania całego wydarzenia, przedstawiając *Kırdökçüler* jako reprezentatywnych dla całości protestów.

Analiza Orana rzuca nowe światło na strukturę i dynamikę protestów w parku Gezi, pokazując złożoność społeczno-politycznych interakcji, które miały miejsce w tym turbulentnym czasie.

Protesty w parku Gezi różnią się od większości antyrządowych lub antysystemowych działań w historii Turcji, ponieważ ich celem nie było obalenie władzy, przeprowadzenie ideologicznej rewolucji czy wprowadzenie dominującej ideologii do władzy. Cele te wydawały się nieosiągalne, biorąc pod uwagę heterogeniczny profil uczestników. Zjednoczenie osób o różnych tożsamościach i ideologiach w obronie podstawowych praw do życia stało się wyrazem nowej formy solidarności społecznej. Kobiety i mężczyźni aktywnie uczestniczyli w protestach, które po raz pierwszy w historii politycznej Turcji, z wyjątkiem miast Bingöl i Bayburt, objęły cały kraj. Pytani o swoją tożsamość, uczestnicy definiowali siebie w sposób zróżnicowany od kemalistów, przez feministki, Alevitów, Kurdów, antykapitalistycznych muzułmanów, ekologów, aż po nacjonalistów i studentów. Ta różnorodność ideologiczna i tożsamościowa ukazuje potencjał wspólnego działania w obronie demokracji i demokratycznych praw. Solidarność manifestowana w trakcie protestów umożliwiła przełamanie uprzedzeń między różnymi grupami, otwierając przestrzeń do lepszego wzajemnego zrozumienia⁶⁹¹.

Ankieta przeprowadzona przez organizację Konda, opierająca się na szczegółowych danych zebranych w trakcie tych wydarzeń⁶⁹², rysuje kompleksowy obraz typowego uczestnika protestów.

Demonstrujący w Gezi Park reprezentowali szerokie spektrum społeczne, zdecydowanie zaznaczając obecność młodych ludzi i osób wykształconych. Zebrany materiał pokazuje, że uczestnicy byli równo podzieleni pod względem płci – 50,8% to mężczyź-

⁶⁹¹ Y. Arat "Gezi Parkı Direnişi: Demokrasi Açığı, Demokrasi Gücü." (2013), s.2

⁶⁹² Badanie przeprowadzone bezpośrednio w Gezi Park w dniach 6-8 czerwca 2013 roku. W jego ramach udało się zgromadzić informacje od 4411 uczestników. Ankiety były przeprowadzane w miejscu protestów, co zapewniało aktualność i wiarygodność danych, uwzględniając bezpośrednie doświadczenia i opinie protestujących. Metoda ta pozwoliła uzyskać głęboki wgląd w profil demograficzny i społeczny protestujących, ich motywacje oraz reakcje na działania rządu i policji. *Kimler, Neden Oradalar ve Ne İstiyorlar? Gezi Parkı Araştırması*, <https://konda.com.tr/uploads/konda-gezi-report-42aa839b3f8f81ecfe455c5c2a32ea20cde96eba8863e3af37969a8c0c801cf5.pdf>, 22.02.2019.

ni, a 49,2% to kobiety⁶⁹³. Taka dystrybucja wskazuje na silne zaangażowanie zarówno mężczyzn, jak i kobiet w sprawy społeczne i polityczne, które stały za protestami.

Średnia wieku uczestników protestów wynosiła 28 lat, co niemalże pokrywa się ze średnią wieku mieszkańców całej Turcji (30,3 lat) oraz Stambułu (30,1 lat)⁶⁹⁴. Fakt ten podkreśla, że młodzi Turcy, reprezentujący przekrój społeczeństwa, stanowili znaczącą siłę protestów. Szczególnie aktywną grupą byli studenci, którzy stanowili 36,6% protestujących, co jest odzwierciedleniem globalnego trendu, w którym to młodsze pokolenia częściej angażują się w działania zmierzające do transformacji politycznych i społecznych⁶⁹⁵.

Aż 55,7% uczestników posiadało wyższe wykształcenie, co pokazuje, że protesty przyciągnęły osoby o wysokim poziomie świadomości społecznej i oczekiwań wobec władz⁶⁹⁶. Ta znacząca liczba dobrze wykształconych uczestników może wskazywać na silne przekonania dotyczące problemów politycznych i społecznych, które stały się przedmiotem protestów.

Wydarzenia w Gezi Park zwróciły uwagę na problematykę ograniczeń wolności – 58,1% uczestników zdecydowało się na udział w akcji protestacyjnej z tego powodu. Relacje obrazujące brutalność policji oraz wypowiedzi i postawa ówczesnego premiera, Recep Tayyipa Erdoğan wzbudziły oburzenie 30,3% uczestników. Protesty stały się więc wyrazem niezadowolenia nie tylko z polityki urbanistycznej, ale szerzej – z narastającej autorytarnej polityki i ograniczania przestrzeni dla swobodnej ekspresji⁶⁹⁷.

Analiza wykazała również, że 21,1% protestujących było związanych z partiami politycznymi lub organizacjami społecznymi, natomiast 44,4% miało wcześniejsze doświadczenie w udziale w protestach lub działaniach obywatelskich. Oznacza to, że znacząca część uczestników aktywnie zaangażowała się w społeczne i polityczne kwestie już przed wydarzeniami w Gezi Park⁶⁹⁸.

Zrozumienie wartości i światopoglądu ludzi, którzy aktywnie uczestniczyli w protestach w parku Gezi, jest kluczowe dla głębszego poznania dynamik społecznych i poli-

⁶⁹³ Tamże, s. 7.

⁶⁹⁴ Tamże, s. 8.

⁶⁹⁵ Tamże, s. 12.

⁶⁹⁶ Tamże, s. 11.

⁶⁹⁷ Tamże, s. 20.

⁶⁹⁸ Tamże, s. 16-17.

tycznych tych wydarzeń⁶⁹⁹. Warto zauważyć, że integracja wartości indywidualnych z wartościami społecznymi może być procesem złożonym, który jest wypadkową różnych czynników, w tym poziomu wykształcenia, indywidualnych doświadczeń, kontekstu społecznego i kulturowego, a także dynamiki zmian społecznych i kulturowych⁷⁰⁰. Protesty w parku Gezi, z ich unikalnymi sloganami, specyficznym poczuciem humoru, wspólnymi emocjami i szacunkiem dla różnorodności postulatów, stanowią manifestację tych zintegrowanych wartości. Tożsamość społeczna odgrywała kluczową rolę w mobilizacji uczestników, którzy identyfikowali się z różnymi grupami, od ekologów po zwolenników praw człowieka, pokazując złożoność motywacji stojących za zaangażowaniem społecznym. Przyczyny uczestnictwa były wielowymiarowe: od obrony środowiska, poprzez walkę o wolności obywatelskie, po opozycję wobec polityki rządowej. Solidarność między uczestnikami manifestowała się przez wspólne cele, takie jak obrona parku, wolności i demokracji, co przekształcało się w siłę napędową protestów. Protesty te podkreśliły również rolę mediów społecznościowych jako narzędzia mobilizacyjnego i komunikacyjnego.

Analizy takie jak te przeprowadzone przez Orana czy Kondę ukazują, że uczestnicy reprezentowali różne frakcje społeczne, od lewicowych rewolucjonistów, przez nacjonalistów, po młodzież bez wyraźnej identyfikacji ideologicznej. Interesującym aspektem była obecność tak różnorodnych grup jak Alewici czy rewolucyjni islamiści, co pokazuje, że przestrzeń publiczna może stać się areną dla różnorodnych grup społecznych.

Wydarzenia w Gezi Park ostatecznie stały się wyrazem nowej formy solidarności społecznej, gdzie różne tożsamości i motywacje znalazły wspólny język, co pozwoliło na przełamanie uprzedzeń i otwarcie przestrzeni do wzajemnego zrozumienia. Demonstracje te, z ich szerokim spektrum uczestników i dynamiczną strukturą, były zatem nie tylko protestem przeciwko konkretnym decyzjom rządowym, ale również silnym wyrazem dążenia do demokratycznych zmian w społeczeństwie tureckim.

Biorąc pod uwagę wiek uczestników w pewnym stopniu oczywistym było to, że media społecznościowe odegrały kluczową rolę w organizacji i prowadzeniu protestów,

⁶⁹⁹ İ. Mavi, *Küresel iklim değişikliği bağlamında yeni toplumsal hareket örneği olarak küresel çevreci hareketler*, „Nişantaşı Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi”, nr 9.2, 2021, s. 118

⁷⁰⁰ M. J. Szymański, *Przemiany wartości w zmieniającym się społeczeństwie*, „Debata Edukacyjna”, nr 5, 2012, s. 10-12

służąc jako główne narzędzie informacyjne i platforma mobilizacyjna. Aż 69% uczestników dowiedziało się o protestach poprzez media społecznościowe, co podkreśla ich znaczenie jako niezależnego źródła informacji. Dodatkowo, 84,6% aktywnie korzystało z mediów społecznościowych do komunikacji podczas protestów, co umożliwiała błyskawiczne rozpowszechnianie informacji, koordynowanie działań i mobilizację społeczną⁷⁰¹. Struktura demograficzna uczestników miała istotny wpływ na sposób korzystania z nowoczesnych form komunikacji. Młodsze pokolenie, zwłaszcza studenci, wyróżniało się intensywnym wykorzystaniem tych narzędzi. Aż 92% studentów, którzy brali udział w protestach, było użytkownikami mediów społecznościowych, z czego połowa aktywnie publikowała treści związane z wydarzeniami⁷⁰². Wykształcenie również odegrało istotną rolę w sposobie korzystania z mediów. Protestujący z wyższym wykształceniem częściej korzystali z nowoczesnych narzędzi komunikacji, co wynikało z ich większej biegłości technologicznej i świadomości politycznej. Podsumowując, struktura demograficzna uczestników protestów, obejmująca głównie młodych, wykształconych i technologicznie zaawansowanych obywateli, miała kluczowe znaczenie dla dominującego wśród nich sposobu korzystania z mediów.

5.2. Transformacja tureckich mediów, krajobraz mediów przed wydarzeniami w parku Gezi

Ewolucja systemu medialnego w Turcji jest świadectwem skomplikowanych procesów politycznych i społecznych, które nadają kształt współczesnej strukturze kraju. Rozpatrując ten system przez pryzmat modelu śródziemnomorskiego znanego także jako model pluralizmu polaryzacyjnego⁷⁰³, można zauważyć charakterystyczne dla regionu cechy, takie jak wyraźna polaryzacja mediów, relatywnie niska profesjonalizacja dziennikarstwa oraz znaczące zaangażowanie państwa w sektor medialny. W tureckim systemie medialnym, silnie uzależnionym od wpływów politycznych oraz skoncentrowanym w rękach kilku konglomeratów blisko powiązanych z władzą, możliwości promowania pluralistycznej i otwartej debaty publicznej są drastycznie ograniczone. Media w Turcji zdominowane są przez podmioty, których interesy często pokrywają się z ce-

⁷⁰¹ Tamże, s. 26 – 29.

⁷⁰² Tamże, s. 32

⁷⁰³ D.C. Hallin, P. Mancini, *Comparing media systems. Three models of media and Politics*, University of Cambridge, Cambridge, 2004, s. 89.

lami rządzącej partii, co znacząco redukuje przestrzeń do niezależnej i krytycznej dyskusji na temat funkcjonowania państwa⁷⁰⁴. Wolność prasy jest systematycznie ograniczana poprzez różnorodne formy nacisku, cenzurę oraz represje wobec dziennikarzy, co prowadzi do powszechnej autocenzury i braku rzetelności w relacjonowaniu wydarzeń. W rezultacie, kluczowe funkcje sfery publicznej, takie jak stymulowanie otwartej, racjonalnej i krytycznej debaty nad polityką rządu, pozostają w znacznym stopniu niezrealizowane, a możliwość obywatelskiej kontroli nad władzą – ograniczona⁷⁰⁵. Telewizja, ze względu na swoje szerokie zasięgi i dostępność⁷⁰⁶, pełni w tym kontekście wyjątkowo istotną rolę, będąc głównym źródłem informacji dla ogromnej większości społeczeństwa⁷⁰⁷.

Historia mediów tureckich, sięgająca czasów Imperium Osmańskiego, przez moment założenia Republiki Tureckiej, aż do lat 80. XX wieku, jest historią silnej kontroli państwowej nad przekazem medialnym⁷⁰⁸. Rządowa cenzura i kontrola przed publikacją były wówczas normą, co istotnie zawężyło przestrzeń dla publicznej debaty o charakterze krytycznym. W tym kontekście, pierwsze tureckojęzyczne gazety, takie jak „Vakayi-i Misriye” założona w 1831 roku, pełniły funkcję głównie rządowych narzędzi informacyjnych⁷⁰⁹.

Znaczący przełom w kształtowaniu się tureckiego krajobrazu medialnego miał miejsce w latach 80., kiedy to nastąpiła komercjalizacja sektora mediów, w tym telewizji⁷¹⁰. Media zaczęły wówczas przechodzić pod kontrolę dużych korporacji, co choć zmniejszyło ich bezpośrednie powiązania z rządem, wprowadziło nową zależność od interesów komercyjnych i politycznych. Wpływ ten miał swoje odzwierciedlenie w treściach, gdzie zarówno w prasie jak i w telewizji, zaczęto przykładać większą wagę do zawartości sensacyjnej i rozrywkowej, wpisując się w globalny trend odpolitycznienia i tabloi-

⁷⁰⁴ G. Başaran-İnce, *An Ever-Lasting Status Quo: Journalistic Field in Turkey*, [w:] red. D. İnce, Y. Bezirgan Arar *Journalism in Turkey: Practices, Challenges, Opportunities*, Peter Lang, Berlin 2020, s. 23-25.

⁷⁰⁵ Ataman B., Çoban B., *Cracks in the Wall: Alternative Journalism in Turkey*, [w:] (red.) B. Mustavario, *The Routledge Companion to Journalism in the Global South*, Routledge, Londyn, 2023, s. 273.

⁷⁰⁶ Türkiye'de Görsel- İşıtsel Medyanın Dünü ve Bugünü'nü Anlattı, <https://www.rtuk.gov.tr/baskan-yardimcisi-orhan-ozdemir-turkiyede-gorsel--isitsel-medyanin-dunu-ve-bugununu-anlattı/4394>, 20.09.2024.

⁷⁰⁷ Turkey media guide, <https://www.bbc.com/news/world-europe-17992011>, 20.09.2024.

⁷⁰⁸ M. Akser, B. Baybars-Hawks, *Media and democracy in Turkey: Toward a model of neoliberal media autocracy*, „Middle East Journal of Culture and Communication”, nr 5, 2012, s. 303.

⁷⁰⁹ Newspapers and Print Media: Turkey, <https://www.encyclopedia.com/humanities/encyclopedias-almanacs-transcripts-and-maps/newspapers-and-print-media-turkey>, 03.04.2024.

⁷¹⁰ M. Akser, B. Baybars-Hawks, *Media and democracy...*, dz. cyt., s. 303.

dyzacji mediów. Ponieważ państwo nadal ma znaczący wpływ na różnorodne sektory gospodarcze, liderzy mediów dążą do zachowania pozytywnych relacji z władzami⁷¹¹.

Mimo zmieniającego się środowiska, prasa i telewizja w Turcji nadal zajmują centralne miejsce w przekazywaniu informacji i kształtowaniu opinii publicznej. Większość społeczeństwa uznaje telewizję za główne źródło wiadomości, mimo że treści dostarczane przez liczne kanały często charakteryzują się jednolitym przekazem⁷¹². Uwypukla to problem niskiej różnorodności treści, będącej rezultatem zarówno wpływów rządowych, jak i komercyjnych.

Rozwój Internetu i mediów społecznościowych znacząco zmienił turecki sektor medialny, zmuszając tradycyjne media do adaptacji. Cyfrowe platformy umożliwiły większą pluralizację źródeł informacji i otworzyły przestrzeń dla alternatywnych narracji, które wcześniej były marginalizowane. Coraz więcej obywateli poszukuje alternatywnych źródeł informacji, co skłania tradycyjne media do adaptacji i eksploracji nowych form i kanałów komunikacji⁷¹³.

5.3. Media tradycyjne

Protesty w parku Gezi w Stambule w czerwcu 2013 roku stanowią ważny punkt zwrotny w historii współczesnej Turcji, rzucając światło na napięcia między rządzącymi a społeczeństwem obywatelskim. Wydarzenia te wykraczały poza lokalny sprzeciw wobec decyzji urbanistycznych, przeradzając się w ogólnokrajowy ruch protestacyjny, który kwestionował nie tylko konkretne decyzje polityczne, ale również szerzej - kierunek polityki rządzącej partii. W tym skomplikowanym i dynamicznym kontekście, rola prasy i mediów nabrała wyjątkowego znaczenia, podkreślając ich funkcję jako filaru demokracji i odpowiedzialności społecznej.

Tradycyjne media i dziennikarze odgrywają kluczową rolę w dostarczaniu niezależnej relacji z demonstracji. Zgodnie z wytycznymi OBWE, materiały nagrane przez media stanowią ważny element zapewniania odpowiedzialności zarówno organizatorów

⁷¹¹ A. Akin, *AKP MP's praise of Hurriyet attack to be used as evidence*, <https://www.hurriyetdailynews.com/akp-mps-praise-of-hurriyet-attack-to-be-used-as-evidence-90245>, 03.04.2024.

⁷¹² *Turkey media guide*, <https://www.bbc.com/news/world-europe-17992011>, 20.09.2024.

⁷¹³ K. Yildirim, L. Baruh, A. Çarkoğlu, *Dynamics of Campaign Reporting and Press-Party Parallelism: Rise of Competitive Authoritarianism and the Media System in Turkey*, „Political Communication”, 2020, s. 1.

wydarzeń, jak i funkcjonariuszy służb porządkowych. Dlatego niezbędne jest, aby media miały możliwość dostępu zarówno do zgromadzeń, jak i operacji policyjnych. Ma to na celu ułatwienie niezależnego raportowania i zapewnienie przejrzystości działań władz⁷¹⁴.

5.3.1. Prasa

W początkowej fazie protestów, główne kanały telewizyjne i część prasy w Turcji zdecydowały się na milczenie lub marginalizowanie wydarzeń, co wywołało szeroką krytykę społeczeństwa. Ta medialna cisza i następna ostrożna reakcja części prasy była interpretowana jako wynik presji politycznej oraz ekonomicznych zależności mediów od władz i korporacji⁷¹⁵.

Rysunek 1. Wizualizacja pokazująca artykuły dotyczące Gezi na pierwszych stronach gazet



Źródło: Gezi Parki protests in Turkish newspapers <https://pageonex.com/matrushka/gezi-parki-protests-in-turkish-newspapers/> 02.10.2023

Analizując objętości artykułów na pierwszej stronie dziennika „Hürriyet”⁷¹⁶ (drugi wiersz powyższej wizualizacji) możemy stwierdzić, że:

⁷¹⁴ *Guidelines of Freedom of Peaceful Assembly*, <http://www.osce.org/odihr/73405?download=true>, 03.04.2024.

⁷¹⁵ M. Binark, *Sosyal Medyanın Gücü Geleneksel Medyanın Aczi: #direngeziparki*, „Alternatif Bilişim Derneği Analizi”, 2013, s.1.

⁷¹⁶ W kontekście analizy medialnego krajobrazu Turcji, gazeta "Hürriyet" wyłania się jako największa płatna gazeta, mimo że konkurencyjna "Zaman" posiada wyższy nakład. Istotne jest jednak zwrócenie uwagi na fakt, iż tylko 2,3% nakładu "Zaman" podlega sprzedaży detalicznej z pozostałą częścią dystrybuowaną bezpłatnie. To wskazuje na zasadniczą różnicę w modelach dystrybucji i podejściu do generowania przychodów między oboma dziennikami, gdzie "Hürriyet" utrzymuje swoją dominującą pozycję na rynku poprzez koncentrację na dochodach ze sprzedaży bezpośredniej. Takie podejście podkreśla znaczenie nie tylko wielkości nakładu, ale również strategii dystrybucji i efektywności w generowaniu przycho-

- średnia proporcja artykułów o Gezi, wynosząca 45,15%, wskazuje na znaczące zainteresowanie wydarzeniami w parku Gezi. Ta wartość świadczy o tym, że temat zajmował znacznie więcej miejsca na pierwszych stronach gazet niż mogłoby się początkowo wydawać - minimalna wartość 0% wskazuje na początkowe dni zamieszek, kiedy temat Gezi nie pojawiał się na pierwszych stronach, podczas gdy maksymalna wartość 85,19% świadczy o dniach, kiedy niemal cała pierwsza strona była poświęcona protestom⁷¹⁷.

- odchylenie standardowe proporcji wynoszące 27,09% podkreśla, że zainteresowanie tematem Gezi w mediach było zróżnicowane. Różnorodność ta odzwierciedla dynamiczny rozwój wydarzeń, zmieniające się nastroje społeczne oraz reakcje na działania rządowe i protestujących⁷¹⁸.

- wartość mediany wynosząca 41,84% oraz wysokie wartości w trzecim kwartylu (do 70,03%) podkreślają, że w znacznej części badanego okresu artykuły o Gezi dominowały na pierwszych stronach. Sugeruje to, że wydarzenia w Gezi stały się istotnym punktem dyskusji publicznej, wywołującym szerokie echo w mediach⁷¹⁹.

Prasa relacjonowała protesty w parku Gezi w sposób silnie zróżnicowany, co odzwierciedlało głęboką polaryzację mediów w Turcji. Sposób, w jaki różne gazety opisywały te wydarzenia rzuca światło na skomplikowaną interakcję między mediami a władzą.

Gazety popierające obecny rząd, takie jak „Sabah”, przyjęły strategię delegitymizacji protestujących. Demonstranci zostali przedstawieni jako margines społeczny, radykalne grupy, które pod wpływem zagranicznych sił lub ukrytych agend próbowały destabilizować państwo tureckie. Relacje te często kładły nacisk na przemoc i chaos wywołane przez protesty, podkreślając potencjalne negatywne skutki dla ekonomii kraju i jego międzynarodowego wizerunku. Przykładem takiej narracji może być doniesienie „Sabah”, które oskarżało protestujących o podpalanie banków i pojazdów policyjnych, co miało wskazywać na ich destrukcyjne intencje. W relacjach tych często pojawiały się

dów jako kluczowych czynników determinujących lidera wśród płatnych gazet w Turcji. por. <https://haber.sol.org.tr/medya/zaman-gazetesi-1-milyonluk-tiraja-nasil-ulasti-haberi-42339> 3.04.2024.

⁷¹⁷ Opracowanie własne na podstawie danych pozyskanych z: *Gezi Parki protests in Turkish newspapers*, <https://pageonex.com/matrushka/gezi-parki-protests-in-turkish-newspapers/> 12.02.2019.

⁷¹⁸ Opracowanie własne na podstawie danych pozyskanych z: Tamże.

⁷¹⁹ Opracowanie własne na podstawie danych pozyskanych z: Tamże.

sugestie o związku protestów z zagranicznymi wpływami, szczególnie z Izraelem, co miało na celu podważenie ich legitymacji⁷²⁰.

Z drugiej strony, gazety krytyczne wobec rządu, na przykład „Posta”, skupiały się na uwydatnianiu znaczenia protestów. Podkreślały one pokojowy charakter zgromadzeń oraz ich zróżnicowane i szlachetne cele, od ochrony przestrzeni publicznych po obronę podstawowych wolności obywatelskich. Demonstranci byli przedstawiani w sympatycznym świetle jako zjednoczeni w swojej różnorodności obywatele, stawiający czoło autorytarnym tendencjom rządu. Gazety te relacjonowały brutalne metody stosowane przez policję przeciwko protestującym, krytykując władze za ograniczanie wolności obywatelskich⁷²¹.

Gazeta „Cumhuriyet”, uznawana za bastion świeckich i republikańskich wartości, koncentrowała się na aspektach związanych z obroną demokratycznych standardów i wolności obywatelskich. Artykuły i komentarze publikowane na jej łamach często podkreślały rosnące obawy przed autorytarnymi tendencjami rządu oraz wskazywały na protesty jako na wyraz szerokiego niezadowolenia społecznego⁷²².

Dziennik „Hürriyet”, będący ważnym głosem w głównym nurcie mediów, prezentował stanowisko bardziej przychylne władzom, starając się dostarczać treści odzwierciedlające perspektywę rządową obok różnych punktów widzenia. Dzięki swojemu statusowi i zasięgowi, „Hürriyet” skutecznie wpływał na kształtowanie opinii publicznej, oferując bogate źródło informacji wspierające dyskurs rządowy. Badanie przeprowadzone przez Engina Aluçę i Metina Ersoya wykazało, że gazety z grupy Dogan Media Group (w tym „Hürriyet”) preferowały głosy osób bliskich elitom rządowym, co sprzyjało narracji władz, jednocześnie marginalizując protestujących i odchodząc od zasad dziennikarstwa pokojowego⁷²³. Mimo deklaracji o stosowaniu modelu dziennikarstwa pokojowego, w praktyce gazety te utrzymywały konwencjonalne podejście, co zostało

⁷²⁰ M. Oz, *Mainstream media's coverage of the Gezi protests and protesters perception of mainstream media*, „Global media and Communication”, nr 12(2), 2016, s. 9-10.

⁷²¹ Tamże, s. 9-10.

⁷²² B. Arslan, E. Arslan, B.S. Sezer, T. Sezer, *Taksim Gezi Park protests, public sphere and new media (Turkish, English, American, French and German press sample)*, „Conference: 12th International Communication in the Millenium Symposiums: Anadolu University”, Eskişehir, Volume: 12, 2014, s. 86-88.

⁷²³ Dziennikarstwo pokojowe opiera się na przekonaniu, że media mają nie tylko odpowiedzialność za informowanie społeczeństwa, ale również potencjał do odgrywania kluczowej roli w procesie budowania pokoju i rozwiązywania konfliktów. W przeciwieństwie do tradycyjnego podejścia, które często skupia się na sensacyjnym aspekcie konfliktu, akcentując podziały i konfrontacje, dziennikarstwo pokojowe dąży do prezentowania spraw w sposób bardziej zrównoważony i kompleksowy. Patrz <https://www.e-ir.info/pdf/76907> 03.04.2024.

zauważone jako brak zaangażowania w promowanie wieloaspektowego i równego traktowania wszystkich stron konfliktu⁷²⁴.

Gazeta „Zaman”, przed zamknięciem w 2016 roku związana z ruchem Gülena, którego członkowie później zostali oskarżeni przez rząd turecki o próbę zamachu stanu, w okresie protestów Gezi często prezentowała krytyczne stanowisko wobec działań rządowych, choć jej perspektywa była bardziej złożona ze względu na ówczesne sojusze polityczne⁷²⁵.

Analiza mediów ujawnia zastosowanie różnych narracji służących do opisu protestów. Media popierające rząd skłaniały się ku strategiom delegitymizacji, ukazując protestujących w negatywnym świetle. Z kolei gazety antyrządowe częściej wykorzystywały narracje legitymizujące, podkreślając słuszność i legalność protestów. W obu przypadkach często eksponowano przemoc i dramatyczne wydarzenia, choć z różnym przypisaniem odpowiedzialności - prorządowe media obwiniały demonstrantów, podczas gdy media antyrządowe wskazywały na brutalność działań policji.

Międzynarodowe media, takie jak „New York Times”, „Washington Post”, czy BBC, podkreślały znaczenie protestów dla globalnego postrzegania Turcji, przedstawiając je jako test dla tureckiej demokracji i uwypuklając uniwersalne wartości, takie jak wolność słowa i prawo do pokojowego protestu⁷²⁶.

5.3.2. Media nadawcze

Radio i telewizja będące tradycyjnie kluczowymi narzędziami kształtowania opinii publicznej, znalazły się w centrum debaty o swojej roli w demokracji, zwłaszcza w kontekście zarzutów o cenzurę i stronniczość.

Zachowanie tureckich mediów nadawczych głównego nurtu podczas protestów w parku Gezi spotkało się z ostrą krytyką. Stacje takie jak CNNTurk, HberTurk i NTV, które tradycyjnie pełniły rolę głównych źródeł informacji dla społeczeństwa, zamiast informować o protestach, nadawały programy niezwiązane z aktualną sytuacją poli-

⁷²⁴ E. Aluç, M. Ersoy, Turkish newspapers' peace journalism exam: Gezi Park protests, *Qual Quant* (2018), s. 203-205.

⁷²⁵ B. Arslan, E. Arslan, B.S. Sezer, T. Sezer, *TAKSIM GEZI...*, dz. cyt., s. 86-88.

⁷²⁶ R. A. Celik, *Gezi Park Protests in United States Major Newspapers: Content Analysis of Gezi Park Protests in The New York Times and The Washington Post*, City University of New York, Hunter College, 2013, s. 19.

tyczną⁷²⁷. Taka postawa była postrzegana jako unikanie rzetelnej relacji z wydarzeń, co rodziło pytania o odpowiedzialność mediów i ich rolę w procesie demokratycznym, szczególnie w sytuacji kryzysowej. Epizod z CNNTurk, który podczas największych protestów transmitował dokument o pingwinach, stał się nie tylko symbolem medialnego zaniechania, ale i przyczynił się do międzynarodowej krytyki tureckich mediów⁷²⁸.

Media prorządowe przyjęły strategię deprecjonowania protestujących, często przedstawiając ich w negatywnym świetle jako margines społeczny lub radykałów. Koncentracja na spektakularnych aspektach protestów, takich jak przemoc zamiast na ich głębszym kontekście i przyczynach jeszcze bardziej pogłębiała podział między władzą a społeczeństwem⁷²⁹.

W kontraście do postawy mediów głównego nurtu, mniejsze stacje telewizyjne, telewizja internetowa i niezależne stacje radiowe zasadniczo odgrywały inną rolę. Stacje takie jak Naber Media, Çapul TV⁷³⁰, Ulusal Kanal i Halk TV⁷³¹, a także rozgłośnie radiowe jak Açık Radyo⁷³² i Gezi Radyo⁷³³, przejęły inicjatywę w bezpośredniej relacji z protestów. Dzięki temu przedstawiały protesty w zupełnie innym świetle, podkreślając ich zasadność jako formę obywatelskiego sprzeciwu i zwracając uwagę na ograniczanie wolności słowa oraz naruszanie praw człowieka przez rząd.

Açık Radyo, dzięki wykorzystaniu mediów społecznościowych, przekształciło się w ważny kanał komunikacji, dostarczając informacji o przebiegu protestów, organizując wsparcie i koordynując działania. W maju i czerwcu 2013 roku odnotowano 2660 wpisów wspominających konto @Açıkradyo na Twitterze. W samym maju 2013 roku konto @Açıkradyo zostało wspomniane 469 razy. W następnym miesiącu, kiedy wybuchły masowe protesty, liczba wzmianek wzrosła do 2191, a sieć użytkowników Twittera, którzy je dokonali, rozrosła się do 2060 osób. Konto otrzymało również 8889 retwee-

⁷²⁷ Y. Sarfati, *Dynamics of mobilization during Gezi Park protests in Turkey*, [w:] *The Whole World is Texting*, I. Epstein (red.), Sense Publishers, Amsterdam, 2015, s.29.

⁷²⁸ B. Göncü, E. Saka, A. Sayan, *Reading Gezi Park protests through the lens of protest PR*, „Protest Public Relations”, 2018, s. 129.

⁷²⁹ C. Letsch, *Social media and opposition to blame for protests, says Turkish PM*, <https://www.theguardian.com/world/2013/jun/02/turkish-protesters-control-istanbul-square#> 10.01.2021.

⁷³⁰ *The Gezi-Movement and the Politics of Being-There: Offline and Online participation*, <http://mediafieldsjournal.org/the-gezi-movement-and-the-poli/>, 09.04.2024.

⁷³¹ Y. İnceoğlu, *The coverage of Gezi Park Resistance in the Turkish media*, „Indian Association for Asian and Pacific Studies”, Vol 1. Issue 1, 2017, s.43.

⁷³² *The Art of Alternative Radio: from Radio Alice to Açık Radyo*, <https://interventionsjournal.wordpress.com/2014/03/13/the-art-of-alternative-radio-from-radio-alice-to-acik-radyo/>, 04.04.2024.

⁷³³ Gezi Radyo esxperience, <https://www.gorki.de/de/gezi-radyo-experience> 04.04.2024

tów i 1768 polubień⁷³⁴. Dzięki swojemu kontu na Twitterze oraz wspólnemu dzieleniu się swoimi tweetami, Açık Radyo dotarło do zupełnie nowej, znacznie szerszej publiczności niż tradycyjna, słuchająca radia FM. Takie połączenie tradycyjnych metod nadawania z nowoczesnymi platformami mediów społecznościowych pozwoliło pokonać rządową cenzurę i dotrzeć do szerokiej publiczności, umacniając ruch protestacyjny.

Çapul TV została założona 6 czerwca 2013 roku, w dziesiątym dniu protestów jako telewizja internetowa kontynuująca nadawanie pod hasłem „telewizja protestujących”. Nazwana została na cześć wypowiedzi premiera Recepta Tayyipa Erdoğan, który użył słowa „çapulcu” (łobuziaki) do opisanie protestujących. Çapul TV odegrała kluczową rolę w protestach w parku Gezi jako alternatywna platforma medialna, która zapewniała ciągły przepływ informacji nieobecnych w głównych mediach. Çapul TV służyło jako ważne narzędzie dla protestujących i sympatyków ruchu, umożliwiając im dostęp do wiadomości, relacji na żywo i analiz dotyczących wydarzeń. Przez nadawanie treści związanych z protestami, które były ignorowane lub przedstawiane w sposób stronniczy przez główne kanały informacyjne, Çapul TV pomogła w mobilizacji społecznej i wzmacnianiu solidarności wśród protestujących⁷³⁵.

Reakcja na działania regulatora mediów RTÜK, który próbował nałożyć kary na stacje za rzekome szkodenie rozwojowi młodych przez transmisję protestów, pokazała również publiczny sprzeciw wobec ograniczeń wolności mediów. Chociaż decyzja o nałożeniu kar została później wycofana, wydarzenie to pogłębiło nieufność społeczeństwa wobec zarówno mediów głównego nurtu, jak i władz⁷³⁶.

Działania mediów tradycyjnych w Turcji w trakcie protestów w parku Gezi ukazały ich złożoną rolę w kontekście demokracji. Z jednej strony, ustępliwość wobec presji politycznej i praktyki cenzury przez media głównego nurtu zainicjowała debatę na temat ich odpowiedzialności i niezależności. Z drugiej, aktywne zaangażowanie niezależnych mediów, mniejszych stacji telewizyjnych i wykorzystanie mediów społecznościowych jako środków do przekazywania informacji pomimo ograniczeń, podkreśliło ich kluczową rolę w obronie wolności słowa i umożliwianiu społecznego oporu. Te wydarzenia rozpoczęły głęboką dyskusję na temat miejsca mediów w demokratycznym spo-

⁷³⁴ T. Bonini, *Twitter or Radio Revolutions? The Central Role of Açık Radyo in the Gezi Protests of 2013*, „Westminster Papers in Communication and Culture”, nr 12(2), 2017, s. 8.

⁷³⁵ A. Özsoy, *Alternatif Medya, Gezi Parki Eylemleri ve Çapul TV Örneği*, „Mersin Üniversitesi Akademik Bilişim Conference”, 2014), <https://ab.org.tr/ab14/bildiri/46.pdf>, 09.04.2024.

⁷³⁶ Y. İnceoğlu, *The coverage of Gezi...*, dz. cyt., s.43.

leczeństwie, uwypuklając ich podstawową funkcję w zapewnieniu przejrzystości i sprawowaniu kontroli społecznej. Odpowiedzi mediów na protesty odzwierciedliły również istotne podziały w tureckim społeczeństwie i polityce, wskazując na fundamentalne znaczenie niezależnej prasy i wolności słowa.

5.4. Cenzura

W relacjonowaniu zamieszek i protestów w parku Gezi w Turcji media odgrywały kluczową rolę, będąc zarówno narzędziem walki o wolność słowa, jak i obiektem represji ze strony rządu. Premier Erdoğan jasno wskazał, że media społecznościowe i dziennikarze będą przedmiotem śledztw, co miało na celu zidentyfikowanie i rozprawienie się z „prowokatorami” podczas protestów⁷³⁷. Szczególnie godnym uwagi jest przypadek Seliny Girit, dziennikarki BBC, która stała się celem kampanii oczerniania w mediach społecznościowych, zainicjowanej przez członka rządzącej partii AKP oraz burmistrza Ankary. Kampania ta skutkowałą otrzymaniem przez Girit licznych gróźb, co podkreśla poziom wrogości i nacisku wywieranego na dziennikarzy⁷³⁸.

Dziennikarze, będący zwykle głównym źródłem niezależnych relacji z demonstracji, znaleźli się pod ciągłym ostrzałem zarówno ze strony sił porządkowych, jak i władz. Wielu z nich donosiło o napotkaniu na przeszkody w wykonywaniu swojej pracy, w tym o zniewagach, blokowaniu, niszczeniu materiałów czy nawet przemocy fizycznej. Istotna liczba reporterów zgłosiła Amnesty International przypadki pobicia przez funkcjonariuszy policji podczas demonstracji z powodu ich działalności zawodowej⁷³⁹. Reporters without Borders podało, że 54 dziennikarzy, doświadczyło złego traktowania ze strony policji podczas protestów w parku Gezi, a 34 zostało zatrzymanych. Jednemu z zatrzymanych dziennikarzy, obywatelowi Włoch Mattii Cacciatoriemu, postawiono zarzuty naruszenia „Prawa o Zgromadzeniach i Demonstracjach” oraz stawiania oporu wobec funkcjonariuszy policji⁷⁴⁰.

⁷³⁷ <http://www.akparti.org.tr/site/haberler/biz-yuzde-yuzun-hukumeti-yiz/46043>, 12.02.2019.

⁷³⁸ M. Nişancıoğlu, *BBC Türkçe Editörü'nden okurlara: Selin Girit'in Twitter mesajları hakkında*, https://www.bbc.com/turkce/haberler/2013/06/130628_nisancioglu_blog_selingirit, 12.02.2019.

⁷³⁹ *Gezi Park Protests: Brutal denial of the right to peaceful assembly in Turkey*, „Amnesty International”, 2013, s. 30-34.

⁷⁴⁰ *İtalyalı Fotoğrafçıya 7 Yıl Hapis İstemiyle Dava Açıldı*, <https://bianet.org/haber/italyali-fotografciya-7-yil-hapis-istemiyle-dava-acildi-148615>, 03.04.2024 .

W tym samym czasie, rząd przeprowadził ataki na media na niespotykaną dotąd skalę, skupiając się w szczególności na mediach międzynarodowych, które oskarżał o fałszywe przedstawianie sytuacji i podsycanie napięć⁷⁴¹. Wielu dziennikarzy pracujących dla międzynarodowych organizacji medialnych zgłaszało anonimowe groźby przemocy⁷⁴². Część dziennikarzy krajowych doświadczała presji, aby powstrzymać się od krytycznego raportowania na temat reakcji władz na protesty, co było efektem nacisków ze strony redaktorów i właścicieli mediów związanych z rządem. Zgodnie z informacjami podanymi przez Związek Dziennikarzy Turcji, aż 59 dziennikarzy straciło pracę za sprawozdawanie z protestów, w tym 22 zostało zwolnionych, a 37 zmuszonych do rezygnacji⁷⁴³. Przykładem może być Yavuz Baydar, usunięty ze stanowiska w porządowym dzienniku „Sabah” po skrytykowaniu autocenzury w mediach w kontekście protestów w parku Gezi⁷⁴⁴. Niecały tydzień później, Can Dündar, jeden z czołowych tureckich felietonistów, został zwolniony z dziennika „Milliyet”, a liczba dziennikarzy, którzy mieli zostać zmuszeni do odejścia z pracy, wzrosła do 77⁷⁴⁵. Lista osób, które zrezygnowały z zatrudnienia lub zostały zwolnione, pokazuje skalę zjawiska. Obejmuje ona szeroki zakres profesji związanych z mediami, od redaktorów programów przez kierowników działów po dziennikarzy i fotoreporterów, co świadczy o głębokim kryzysie w sektorze tradycyjnych mediów w Turcji w następstwie protestów Gezi⁷⁴⁶.

W obliczu autocenzury, która ogarnęła znaczną część głównego nurtu mediów w Turcji, media społecznościowe odegrały kluczową rolę w dostarczaniu informacji o przebiegu protestów i umożliwiły wyrażanie wsparcia. Rząd atakował firmy mediów społecznościowych oraz ich użytkowników, a premier Erdoğan stwierdził nawet, że „istnieje plaga zwana Twitterem”⁷⁴⁷. Rządowe wypowiedzi nasuwały podejrzenie, że Facebook podzielił się z tureckimi władzami informacjami o swoich użytkownikach, co

⁷⁴¹ <http://www.akparti.org.tr/site/haberler/biz-yuzde-yuzun-hukumetiyiz/46043>, 12.02.2019.

⁷⁴² BBC reporters ‘intimidated’ by Turkey, <https://www.bbc.com/news/world-europe-23036924>, 03.04.2024.

⁷⁴³ E. Akgul, *Gezi Direnişinde 59 Gazeteci İşt en Çıkarıldı, İst ifaya Zorlandı*, <https://bianet.org/haber/gezi-direnisinde-59-gazeteci-isten-cikarildi-istifaya-zorlandi-148636>, 03.04.2024.

⁷⁴⁴ R. Greenslade, *Turkish paper fires readers’ editor after refusing to publish his columns*, <https://www.theguardian.com/media/greenslade/2013/jul/24/press-freedom-turkey>, 09.04.2024.

⁷⁴⁵ *Radikal: Ve Can Dündar da gitti*, <https://everywheretaksim.net/tr/radikal-ve-can-dundar-da-gitti/>, 09.04.2024.

⁷⁴⁶ *THE AFTERMATH: Turkish Government’s Retaliation to Gezi*, <https://serdargunes.files.wordpress.com/2013/07/gezi-raporu-chp-2013.pdf>, 12.02.2019.

⁷⁴⁷ *Erdoğan: Twitter denilen bir bela var*, https://www.ntv.com.tr/turkiye/erdogan-twitter-denilen-bir-bela-var_nNAKG2OAMUewglwLKFVNfA, 04.04.2024.

skłoniło giganta mediów społecznościowych do wydania oficjalnego zaprzeczenia jakiegokolwiek współpracy z rządem Turcji⁷⁴⁸. W kolejnym ruchu, rząd zasygnalizował swoje oczekiwania wobec Twittera, żądając od platformy założenia biura na terenie Turcji oraz angażowania się w działania przeciwko „przestępstwom uniwersalnym”, w tym akcjom zniesławiającym⁷⁴⁹. Dodatkowo rząd przedstawił zarys planów ustawodawczych mających na celu uregulowanie sektora mediów społecznościowych ze szczególnym naciskiem na współpracę w eliminowaniu „zniesławienia”⁷⁵⁰.

Podczas gdy protesty w parku Gezi stały się symbolem walki o prawo do pokojowego zgromadzenia się w Turcji, działania rządu i represje wobec dziennikarzy oraz użytkowników mediów społecznościowych podkreśliły zagrożenia dla wolności słowa i niezależności mediów. Kwestia dziennikarzy i mediów społecznościowych w Turcji pozostaje alarmującym przykładem napięcia między władzą a wolnością wyrażania opinii, uwypuklając potrzebę stałej czujności i obrony podstawowych praw człowieka.

Wraz z eskalacją protestów, niezależność prasowa, już wcześniej mocno ograniczona, została dodatkowo osłabiona. Wiele osób pracujących w mediach zostało zwolnionych, wysłanych na przymusowy urlop lub zmuszonych do rezygnacji z pracy. Znaczące jest, jak media pod wpływem ekonomicznych interesów właścicieli stawały się uległe wobec Erdoğan, co doprowadziło do zaniżenia standardów dziennikarskich i ograniczenia wolności słowa.

Protesty w parku Gezi były więc nie tylko testem dla tureckiej demokracji, ale również dla tureckich mediów i ich gotowości do stosowania zasad dziennikarstwa pokojowego. Niestety, wiele mediów nie zdało tego testu, utrzymując konwencjonalne podejście skoncentrowane na konflikcie. Wnioski płynące z roli prasy w tych wydarzeniach podkreślają potrzebę krytycznego przemyślenia roli mediów w demokracji i ich potencjału do promowania dialogu i rozwiązywania konfliktów.

⁷⁴⁸ *No user data given to Turkish government, says Facebook*, <https://www.france24.com/en/20130627-no-user-data-given-turkish-government-says-facebook-gezi-park-hurriyet>, 04.04.2024.

⁷⁴⁹ *Twitter'in Türkiye'de ofis açması için yasayı değiştireceğiz*, <https://www.risalehaber.com/twitterin-turkiyede-ofis-acmasi-icin-yasayi-degistirecegiz-186479h.htm>, 04.04.2024.

⁷⁵⁰ *Government working on draft to restrict social media in Turkey*, <https://www.hurriyetdailynews.com/government-working-on-draft-to-restrict-social-media-in-turkey-48982>, 04.04.2024.

5.5. Media społecznościowe

W erze cyfrowej, kiedy technologie informacyjne przenikają do niemal każdego aspektu naszego życia, media społecznościowe odgrywają coraz istotniejszą rolę jako narzędzia umożliwiające efektywną organizację i mobilizację społeczną. Współczesne protesty, wykorzystując te nowoczesne platformy, zdobywają nie tylko większy zasięg, ale również mogą liczyć na szybszą i bardziej zróżnicowaną reakcję społeczną. Niniejszy rozdział koncentruje się na analizie roli, jaką media społecznościowe – w szczególności Twitter - odegrały podczas protestów w parku Gezi, badając ich wpływ na dynamikę i rozwój działań protestacyjnych.

Media społecznościowe, dzięki swojej niezależności od tradycyjnych kanałów medialnych, często pełnią rolę głównego źródła informacji, szczególnie w sytuacjach, gdy tradycyjne media nie mogą lub nie chcą relacjonować bieżących wydarzeń. W przypadku protestów w parku Gezi, platformy takie jak Twitter, Facebook i YouTube stały się nie tylko narzędziem dla protestujących do komunikacji i organizacji, ale również środkiem do obchodzenia cenzury i przekazywania niezależnych informacji na temat przebiegu protestów. Funkcjonując jako otwarte forum, umożliwiały one szybkie rozpowszechnianie wiadomości i materiałów wizualnych, co znacząco wpłynęło na lokalną i globalną świadomość na temat natury i skali protestów.

5.5.1. Metodologia badań empirycznych

Metodologia badań przeprowadzonych w analizie roli mediów społecznościowych podczas protestów w parku Gezi obejmowała kilka kluczowych kroków, które były niezbędne do zrozumienia dynamiki i wpływu Twittera na te wydarzenia. Początkowo zgromadzono dane z platformy Twitter, skupiając się na tweetach wysyłanych w okresie od 28 maja do 23 czerwca 2013 roku. W sumie przeanalizowano 976,077 tweetów od 84,707 unikalnych użytkowników, które zawierały przynajmniej jeden z trzech kluczowych hashtagów: #direngeziparki, #occupygezi, i #direnankara. Dane źródłowe poddane w rozprawie analizie własnej zostały pozyskane z firmy Tweet Binder SL.

Następnym krokiem było przygotowanie i czyszczenie danych, które obejmowało usunięcie elementów takich jak URL-e, nazwy użytkowników i hashtagi, aby móc skupić się na merytorycznej treści tweetów. Taki proces normalizacji był niezbędny do uzyskania wiarygodnych wyników w dalszej analizie treści i sentymentu.

Analiza ilościowa pozwoliła na oddzielenie oryginalnych tweetów od retweetów, a następnie skoncentrowano się wyłącznie na oryginalnych wpisach, aby lepiej zrozu-

mieć, jakie unikalne treści były generowane przez użytkowników. W ramach analizy jakościowej, treści tweetów były badane pod kątem dominujących przesłań, strategii komunikacyjnych oraz ogólnego tonu dyskursu, co pozwoliło zidentyfikować, jakie emocje i tematy dominowały w komunikacji związanej z protestami.

Dodatkowo przeprowadzono analizę sentymentu, korzystając z narzędzi do analizy tonu emocjonalnego tweetów. Wyniki tej analizy pomogły ocenić, czy przeważające emocje były pozytywne, negatywne, czy neutralne. Analiza sieci społecznych pozwoliła zrozumieć, jak informacje rozprzestrzeniały się w sieci, identyfikując kluczowe węzły i wzorce dystrybucji treści.

Zastosowanie algorytmów modelowania tematycznego takich jak Latent Dirichlet Allocation (LDA), pozwoliło na identyfikację głównych tematów diskutowanych w tweetach, co pozwoliło na głębsze zrozumienie kontekstu dyskusji.

Podsumowując, ta złożona metodologia pozwoliła na dogłębne zrozumienie, jak media społecznościowe, a szczególnie Twitter, wpłynęły na publiczną percepcję i działania społeczne podczas protestów w Gezi Park, demonstrując ich znaczący wpływ na współczesne ruchy rewolucyjne. Wyniki te dostarczają cennych wglądów w to, jak media społecznościowe mogą służyć jako potężne narzędzia w mobilizacji i kształtowaniu opinii publicznej.

Badanie podejmuje próbę dogłębnej analizy treści publikowanych w mediach społecznościowych, aby wykazać jakie przesłania dominowały wśród użytkowników i jakie strategie komunikacyjne były najbardziej efektywne w mobilizowaniu wsparcia i zwiększaniu zaangażowania. Dzięki analizie tych danych, można zrozumieć, jak narzędzia cyfrowe przyczyniły się do przekształcenia spontanicznych zgromadzeń w zorganizowany ruch społeczny, który szybko rozprzestrzenił się nie tylko wśród bezpośrednich uczestników, ale także wśród szerszego grona odbiorców na całym świecie.

Omówione zostaną ponadto odpowiedzi i strategie stosowane przez władze oraz inne zainteresowane strony, które próbowały zarówno ograniczyć wpływ mediów społecznościowych, jak i wykorzystać je do własnych celów propagandowych lub informacyjnych. Zbadanie tej interakcji między aktywistami a władzami pozwala na głębsze zrozumienie nowych form walki o przestrzeń publiczną i wolność słowa w dobie cyfryzacji.

5.5.2. Media społecznościowe i ich wpływ na dynamikę protestów w Gezi Park na przykładzie Twittera

W tej części rozprawy przedstawiono szczegółową analizę zawartości i dynamiki interakcji w serwisie Twitter na podstawie danych dotyczących rozruchów w Gezi Park w Turcji w 2013 roku. Badanie obejmuje 976 077 tweetów, które zostały wysłane przez 84 707 użytkowników w okresie od 28 maja do 23 czerwca 2013 roku. Dane te skupiają się na tweetach zawierających przynajmniej jeden z trzech kluczowych hashtagów: #direngeziparki, #occupygezi lub #direnankara. Analiza wykonana została przy użyciu platformy Tweet Binder by Audiense i narzędzi analitycznych Perplexity i Data Analyst

Dodatkowym celem niniejszej analizy jest też zrozumienie, w jaki sposób informacje i idee były rozpowszechniane oraz jakie interakcje zachodziły między użytkownikami w kontekście szeroko zakrojonych protestów.

5.5.2.1. Badania ilościowe

Badanie wykazało, że 38,69% zebranych tweetów to oryginalne wpisy, podczas gdy reszta, czyli 61,31%, to retweety. Mając na celu skoncentrowanie się na bardziej autentycznych i niepowtarzalnych treściach, podjęto decyzję o ograniczeniu dalszych analiz wyłącznie do oryginalnych tweetów. Takie podejście metodologiczne pozwala na zwiększenie dokładności badań i lepsze zrozumienie treści oraz dynamiki interakcji na platformie Twitter w kontekście protestów w parku Gezi.

Z analizy powyższych wyników wyłoniły się kluczowe wnioski dotyczące roli oryginalnych treści oraz mechanizmów rozpowszechniania informacji. Oryginalne tweety stanowią znaczący element komunikacji i podkreślają aktywne zaangażowanie użytkowników platformy. Użytkownicy dzielą się swoimi przemyśleniami, obserwacjami i doświadczeniami, co świadczy o ich nie tylko reaktywnej, ale i kreatywnej roli w tworzeniu treści. Takie działania mają bezpośredni wpływ na sposób postrzegania i rozumienia wydarzeń w parku Gezi, ukazując unikalne perspektywy i osobiste refleksje osób zaangażowanych.

Z kolei dominacja retweetów podkreśla ich funkcję jako skutecznego narzędzia do szybkiego rozpowszechniania informacji. Retweety umożliwiają ekspansywną dystrybucję wiadomości, opinii oraz apeli o wsparcie. Może to znacząco przyczynić się do zwiększenia świadomości społecznej oraz mobilizacji wokół kluczowych żądań i celów protestów. Ponadto, wysoki odsetek retweetów odzwierciedla wsparcie i solidarność w społeczności Twittera. Poprzez udostępnianie treści innych użytkowników, osoby na

platformie nie tylko rozpowszechniają informacje, ale również wyrażają poparcie dla idei i działań protestujących. To z kolei może umacniać poczucie wspólnoty oraz wspólnych celów wśród uczestników ruchu.

Rysunek 2. Liczba potencjalnych ekspozycji, potencjalny zasięg, ilość oryginalnych autorów, całkowita ilość autorów, średnia ilość obserwujących i całkowita liczba tweetów pozyskanych do analizy z firmy Tweet Binder SL.

3,887,928,332 potential impacts	609,229,939 potential reach	84,707 total contributors
7,192.2 followers per contributor	377,655 original tweets	84,707 original contributors

Źródło: Tweet Binder SL.

Liczba potencjalnych ekspozycji⁷⁵¹ (*potential impacts*) jest znacząco wysoka, przekracza 3,8 miliarda. Sugeruje to, że tweety związane z protestami w parku Gezi miały potencjał, by zostać zauważone przez ogromną publiczność. Wskazuje to na wysoki poziom zaangażowania lub zainteresowania tematem. Potencjalny zasięg (*potential reach*)⁷⁵² przekraczający 609 milionów sugeruje, że informacje mogły rozprzestrzenić się szeroko między różnymi krajami i grupami demograficznymi. Duża liczba oryginalnych autorów - 84 707 - wskazuje, że znaczna liczba unikatowych użytkowników była zaangażowana w tweetowanie o protestach, co pokazuje zróżnicowany i aktywny udział.

⁷⁵¹ "Potencjalna ekspozycja" to teoretyczna konstrukcja używana do szacowania maksymalnej ekspozycji, jaką tweet lub hashtag mógłby mieć, biorąc pod uwagę liczbę obserwujących i liczbę tweetów. Jest to ważne dla marketerów i analityków do zrozumienia potencjalnego rozprzestrzeniania się i widoczności treści na Twitterze w ramach sieci platformy. Warto jednak zauważyć, że potencjalna ekspozycja jest teoretycznym maksimum; nie gwarantuje, że wszystkie te wrażenia zostały faktycznie zrealizowane, ponieważ nie wszyscy obserwujący zobaczą każdego tweeta. Za: <https://www.tweetbinder.com/blog/twitter-impressions/>, 24.04.2024

⁷⁵² "Potencjalny zasięg" (Potential reach) odnosi się do szacunkowej liczby unikalnych użytkowników Twittera, którzy mogliby zobaczyć tweet lub hashtag. Jest to metryka reprezentująca liczbę osób, które potencjalnie mogły zostać osiągnięte przez treść na Twitterze, bazując głównie na liczbie obserwujących użytkowników angażujących się w konwersację poprzez tweetowanie lub retweetowanie.

Potencjalny zasięg różni się od potencjalnej ekspozycji, ponieważ skupia się na możliwej liczbie unikalnych odbiorców, a nie na całkowitej liczbie wyświetleń, które mogły mieć miejsce. Innymi słowy, to miara tego, ile kont Twittera mogło zobaczyć dany tweet lub hashtag, nawet jeśli niektóre z tych kont nie przeglądały treści faktycznie. „Potencjalny zasięg” nie mierzy rzeczywistego zaangażowania czy interakcji z treścią, tylko teoretyczny zasięg w obrębie sieci społecznościowej. Za: <https://www.tweetbinder.com/blog/twitter-impressions/>, 24.04.2024

Średnia ilość obserwujących na twórcę wynosi 7192,2 osoby. Sugeruje to, że uczestnicy mieli znaczącą popularność na Twitterze, co mogło przyczynić się do efektywnego rozpowszechniania ich przekazów.

Analiza uwzględniająca liczbę obserwujących, dostarcza interesujących wniosków na temat charakteru zaangażowania użytkowników. Wyraźnie widać różnorodność wśród aktywnych uczestników dyskusji, co sugeruje, że zaangażowanie w te wydarzenia nie jest zarezerwowane wyłącznie dla popularnych influencerów czy osób posiadających dużą liczbę obserwujących. W rzeczywistości obecność osób z mniejszą ilością obserwujących, które stanowią prawie 47% aktywnych użytkowników, podkreśla znaczącą rolę tej grupy. Mimo ograniczonego zasięgu swoich tweetów, ci użytkownicy nadal wnoszą istotny wkład w dialog.

Nie można jednak ignorować wpływu użytkowników posiadających większe konta. Osoby z liczniejszymi grupami obserwujących, które również stanowią znaczną część uczestników, pełnią kluczową rolę w rozpowszechnianiu informacji, mobilizacji oraz wyrażaniu wsparcia dla ruchu. Ta różnorodność wpływów i perspektyw wnosi znaczącą wartość do dyskusji, umożliwiając lepsze zrozumienie różnych punktów widzenia i doświadczeń związanych z protestami.

Tabela1. Liczba obserwujących konta na Twitterze autorów analizowanych tweetów

LICZBA OBSERWUJĄCYCH		
Obserwujący	Użytkownicy	Udział (%)
XXS (0 - 10)	4051	4,78%
XS (10 - 50)	8500	10,03%
S (50 - 200)	27046	31,93%
M (200 - 500)	20183	23,83%
L (500 - 1000)	8996	10,62%
XL (1000 - 5000)	10593	12,62%
XXL (5000+)	5238	6,18%

Źródło: opracowanie własne

Podsumowując, zaangażowanie w dyskusje na temat rozruchów w parku Gezi na platformie Twitter odzwierciedla zróżnicowany zasięg kont, co świadczy o kompleksowym i wielowymiarowym charakterze tej komunikacji.

Analiza średniej liczby tweetów na użytkownika oraz ich rozkładu ilościowego dostarcza cennych wniosków odnośnie natury uczestnictwa w dyskusji. Średnia liczba tweetów na użytkownika wynosząca 4.46 ukazuje zróżnicowanie aktywności uczestników.

Analiza ujawnia dominację jednorazowych wypowiedzi, z ponad połową (54,79%) użytkowników publikujących tylko jeden tweet na temat rozruchów. Sugeruje to, że wiele osób mogło angażować się sporadycznie, reagując na konkretną sytuację lub wydarzenie. Z drugiej strony, obserwujemy także grupę osób bardziej zaangażowanych w dyskusję – prawie 12% użytkowników opublikowało więcej niż sześć tweetów, co wskazuje na ich znaczne zaangażowanie i potencjalnie istotną rolę w prowadzeniu dyskusji o wydarzeniach.

Tabela 2. Liczba tweetów na użytkownika wśród autorów analizowanych tweetów

LICZBA TWEETÓW NA UŻYTKOWNIKA		
Ilość tweetów	Użytkownicy	Udział (%)
1	46414	54,79%
2	13636	16,1%
3	6532	7,71%
4	3899	4,6%
5	2565	3,03%
6	1861	2,2%
7	9800	11,57%

Źródło: opracowanie własne

Tabela 3. Liczba analizowanych tweetów w poszczególnych językach

JĘZYKI TWEETÓW	
Język	Ilość tweetów
Turecki	221215
Angielski	88323
Odnośniki (linki)	12578
Niemiecki	10301
Hasztagi	9145
Włoski	8928
Hiszpański	6915

Źródło: opracowanie własne

Analiza skupiająca się na językach komunikacji ujawnia kilka istotnych trendów. Dominującym językiem dyskusji był turecki, z liczbą tweetów wynoszącą 221215, co wskazuje na silne zaangażowanie użytkowników z Turcji lub bezpośrednio związanych z wydarzeniami w tym kraju. Angielski, z kolei, z 88323 tweetami, był drugim najczęściej używanym językiem, co świadczy o międzynarodowym zainteresowaniu oraz o próbach przekazywania informacji na arenie globalnej.

Ponadto Twitter służył jako platforma do udostępniania materiałów wideo, zdjęć czy artykułów – liczba tweetów zawierających linki do mediów wyniosła 12578, co wskazuje na jego rolę w dokumentowaniu i propagowaniu informacji również w formie wizualnej. Obecność tweetów w innych językach takich jak niemiecki, hiszpański, francuski czy grecki, podkreśla zainteresowanie społeczności międzynarodowej i globalny zasięg rozruchów.

Znacząca była także liczba tweetów, które zawierały jedynie hasztagi (9145), co sugeruje użycie platformy do wyrażania emocji, opinii lub wsparcia poprzez krótkie, zwięzłe hasła, które mogą stać się symbolami ruchu lub konkretnej idei.

Podsumowując, analiza używanych języków i form komunikacji na Twitterze w trakcie rozruchów w Gezi Park ukazuje złożoność tych dyskusji oraz ich globalne znaczenie. Demonstruje również rolę Twittera jako narzędzia do dokumentowania wyda-

rzeń, prowadzenia dyskusji społecznej oraz jako platformy do wyrażania emocji i opinii.

Tabela 4. Długość analizowanych tweetów.

DŁUGOŚĆ TWEETÓW		
Liczba znaków	Liczba tweetów	Udział (%)
(0 - 35)	22210	5,88%
(35 - 70)	100530	26,62%
(70 - 105)	166963	44,21%
(105 - 140)	87944	23,29%

Źródło: opracowanie własne

Analiza danych dotyczących długości wysyłanych tweetów i zebrana podczas niej statystyka rzuca światło na zachowania użytkowników w tych burzliwych czasach i ujawnia preferowane sposoby komunikacji.






Dominującym trendem było umieszczanie w tweetach 70-105 znaków, co stanowiło 44,21% komunikatów. Taki zakres długości wiadomości wskazuje, że użytkownicy starali się przedstawić swoje przemyślenia w sposób dokładny, aczkolwiek skondensowany, zamiast wyczerpywać limit znaków. Nieco ponad jedna czwarta tweetów, bo dokładnie 26,62%, mieściła się między 35 a 70 znakami, co może świadczyć o przekazywaniu krótkich, lecz istotnych informacji w dynamice wydarzeń. Niemal jedna czwarta komunikatów, czyli 23,29%, wykorzystywała niemal pełen zakres dostępnego limitu, co może sugerować chęć przekazania bardziej złożonych myśli w ramach ograniczeń platformy.

Najmniej, jedynie 5,88%, stanowiły wiadomości bardzo krótkie, z mniej niż 35 znakami, co może oznaczać, że w kontekście kryzysowym użytkownicy byli mniej skłonni do wysyłania błahych treści. Średnia długość tweetów wynosząca 94,39 znaków, potwierdza, że większość użytkowników wybierała złoty środek, balansując między zwięzłością a kompletnością informacji.

Podsumowując, dane te sugerują, że w trakcie rozruchów w parku Gezi Twitter służył głównie do rozpowszechniania ważnych aktualizacji i przemyśleń, ale rzadko był

miejszem na trywialne wymiany. W warunkach, w których każda sekunda była na wagę złota, użytkownicy zdawali się kierować pragmatyzmem – przekazywali ważne informacje w sposób klarowny i efektywny, aby dotrzeć do szerokiej publiczności w czasie, kiedy komunikacja była niezbędna do szybkiego reagowania i koordynacji działań.

Rysunek 3. Najbardziej aktywni użytkownicy w analizowanych tweetach






MOST ACTIVE		Tweets
	@bmrnmn Enes	3,172
	@mertdxb Mert Arman	2,971
	@AhmetYaslan Ahmet Yaslan	2,833
	@Hevallo @Hevallo	1,850
	@agahantep Agah	1,840

Źródło: Tweet Binder SL.

Grupa pięciu najbardziej aktywnych użytkowników stanowiła wyjątkowo ruchliwy węzeł komunikacyjny w sieci społecznościowej, generując wspólnie ponad 3% analizowanych tweetów.

Średnia liczba tweetów przypadająca na tych użytkowników jest znacząca i przewyższa średnią aktywność pojedynczego użytkownika. Niemniej jednak, patrząc na całokształt komunikacji w sieci, przeważająca większość dyskursu (96,65%) była generowana przez resztę społeczności, co świadczy o rozległym zaangażowaniu ogółu uczestników. Ta obserwacja podkreśla, że pomimo istotnego wkładu najbardziej aktywnych użytkowników, to szersza społeczność wносиła zdecydowaną większość treści. Widać tu siłę mediów społecznościowych w mobilizowaniu mas i umożliwianiu wielu głosom uczestnictwa w publicznym dialogu.

Rysunek 4. Konta o największej liczbie obserwujących

MOST POPULAR		Followers
	@nytimes The New Yor...	55,051,771
	@WSJ The Wall Str...	20,519,404
	@ABC ABC News	17,792,353
	@rustyrocks Russell Brand	11,137,347
	@guardian The Guardian	10,893,900

Źródło: Tweet Binder SL.

Analiza kont o największej liczbie obserwujących ujawnia, że międzynarodowe instytucje medialne i publiczne osobistości wpłynęły na formowanie obrazu protestów.

Międzynarodowe media – głównie „The New York Times”, „The Wall Street Journal”, „ABC News” i „The Guardian” – miały największą liczbę obserwujących i potencjalnie największy wpływ na przekaz informacyjny podczas rozruchów.

Równocześnie na listę najbardziej wpływowych wpisał się Russell Brand – aktor i komik, którego obecność podkreśla wzrastający wpływ osobistości niezwiązanych z tradycyjnymi mediami, ale mających moc sprawczą dzięki swojej obecności online. To pokazuje, że granice między celebrytami a komentatorami społecznymi są coraz bardziej płynne, a Twitter staje się areną dla nowych typów influencerów.






Zasięg i szybkość, z jaką informacje mogły się rozprzestrzeniać dzięki ogromnym sieciom obserwujących te konta, przypomina o mocy mediów społecznościowych w natychmiastowym globalnym komunikowaniu.

W ramach badań dotyczących dynamiki wpływów⁷⁵³ w mediach społecznościowych podczas rozruchów w Gezi Park, obserwuje się dominację kont charakteryzujących się

⁷⁵³ "Największy wpływ" – ten termin odnosi się do obliczenia wpływu, który użytkownik wywiera w mediach społecznościowych, szczególnie na platformach takich jak Twitter. Wpływ jest obliczany poprzez pomnożenie liczby tweetów wysłanych przez użytkownika przez liczbę obserwujących, których posiada. Innymi słowy, im więcej tweetów wysłanych przez użytkownika i im większa liczba obserwujących go, tym większy jest jego wpływ. Jest to sposób oceny, który pomaga zrozumieć, jaki jest zasięg i siła oddziaływania użytkownika w danej sieci społecznościowej. <https://www.tweetbinder.com/faq/>, 24.04.2024

niezależnością od oficjalnych kanałów komunikacji rządowej oraz tendencją do prezentowania treści o charakterze krytycznym bądź opozycyjnym. Analiza danych z platformy Twitter ujawnia, że konta takie jak niemieckie @tagesschau oraz związane z globalnym ruchem aktywistycznym @YourAnonNews osiągnęły najwyższe wskaźniki wpływów, prezentując perspektywy często przekraczające oficjalną narrację polityczną.

Rysunek 5. Użytkownicy o największym wpływie w analizowanych tweetach

HIGHEST IMPACT		Impacts
	@tagesschau tagesschau	160,182,022
	@YourAnonNews Anonymous	133,443,180
	@taksimdayanisma Taksim Daya...	128,995,526
	@gazetesozcü Sözcü	99,216,323
	@Hevallo @Hevallo	95,388,923

Źródło: Tweet Binder SL.

Lokalne konta, w tym @taksimdayanisma oraz @gazetesozcü, zyskały status kanałów wyrażających niezadowolone społeczne. Ich treści spotkały się z szerokim zaufaniem wśród tureckich odbiorców, którzy skierowali się ku tym alternatywnym i jakościowym źródłom informacji w poszukiwaniu rzetelnych relacji. Dodatkowo, profil @Hevallo, związany z platformą Medya News skoncentrowaną na problematyce kurdyjskiej, wzmocnił przedstawioną narrację, co wskazuje na ważną rolę mediów społecznościowych w kształtowaniu i rozpowszechnianiu różnorodnych punktów widzenia w kontekście kryzysów politycznych.

Wspólnie, te konta podkreślają siłę mediów społecznościowych jako kanału dla niezależnego i zróżnicowanego dziennikarstwa, szczególnie w czasach niepokojów politycznych.

Rysunek 6. Najczęściej retweetowani użytkownicy w analizowanych tweetach

MOST RETWEETED		Retweets
	@taksimdayanisma Taksim Daya...	30,806
	@kolektifler Öğrenci Kole...	9,682
	@ayagakaltaksim Ayağa Kalk T...	8,750
	@Greenpeace_Med Greenpeace ...	8,477
	@istanbuldaneler istanbuldane...	6,682

Źródło: Tweet Binder SL.

W ramach badania zidentyfikowano pięć kont na Twitterze, które uzyskały największą liczbę retweetów, wśród których dominuje konto @taksimdayanisma z wynikiem 30 806 retweetów.

Badanie to wykazało, że konto @taksimdayanisma funkcjonowało jako kluczowy ośrodek informacyjny, któremu przypisano najwyższy poziom zaufania społecznościowego. Liczba retweetów, przekraczająca trzykrotnie wyniki następnych w kolejności kont, sugeruje, iż użytkownicy Twittera preferowali to konto jako głównego nadawcę wiadomości związanych z protestami. Rozkład liczby retweetów ukazuje znaczącą hierarchię w zakresie autorytetu poszczególnych kont.

Należy podkreślić, że obecność konta organizacji międzynarodowej @Greenpeace_Med na liście najczęściej retweetowanych wskazuje na szeroki zakres interesów i solidaryzowanie się różnych grup z protestującymi. Ponadto różnorodność i specyfika profilów kont pokazuje, że Twitter służył jako platforma dyskusji oraz narzędzie mobilizujące i koordynujące działania protestacyjne.

W kontekście powyższych obserwacji, wnioskować można, że Twitter pełnił funkcję nie tylko kanału dystrybucji informacji, ale również pola formowania opinii publicznej oraz aktywizacji społecznej w czasie protestów. Osiągnięte rezultaty wskazują na możliwości wykorzystania mediów społecznościowych jako efektywnych narzędzi w mobilizacji masowej, kształtowaniu świadomości społecznej oraz w organizowaniu działań o charakterze obywatelskim.

Znacząca liczba retweetów @taksimdayanisma może odzwierciedlać percepcję konta jako wiarygodnego źródła informacji, co potencjalnie przyczyniało się do wzrostu zaangażowania w protest oraz jego widoczności na forum międzynarodowym. W świetle tych danych, zrozumienie dynamiki mediów społecznościowych, a także ich wpływu na ruchy społeczne stanowi istotny aspekt współczesnych badań w dziedzinie komunikacji, socjologii oraz nauk politycznych.

Rysunek 7. Użytkownicy o największej liczbie polubień w analizowanych tweetach

MOST FAVORITED		Likes
	@Greenpeace_Med Greenpeace ...	1,291
	@taksimdayanisma Taksim Daya...	1,253
	@martaottaviani Marta Ottav...	1,247
	@MikiTakesPhotos Miki Takes P...	1,156
	@YourAnonNews Anonymous	1,127

Źródło: Tweet Binder SL.

Najwięcej uwagi użytkowników platformy, mierzonej liczbą polubień, zyskały konta organizacji ekologicznych, lokalnych inicjatyw obywatelskich, dziennikarzy oraz międzynarodowych grup aktywistycznych.

Pierwsze miejsce zajęło konto organizacji Greenpeace działającej w regionie śródziemnomorskim, co wskazuje na wysoką świadomość ekologiczną wśród użytkowników Twittera oraz ich gotowość do wsparcia działań na rzecz ochrony środowiska. Zainteresowanie profilami takimi jak @taksimdayanisma, reprezentującymi lokalne inicjatywy, podkreśla znaczenie zbiorowej identyfikacji i solidarności w obronie przestrzeni publicznej.

Obecność kont dziennikarzy oraz niezależnych fotografów wśród najbardziej ulubionych profili świadczy o rosnącym zapotrzebowaniu społecznym na niezależne źródła informacji i dokumentowanie wydarzeń w czasie rzeczywistym. Użytkownicy Twittera

poszukiwali treści autentycznych, które mogłyby dostarczyć nie tylko komentarza, ale również wizualnego świadectwa wydarzeń.

Międzynarodowe sieci aktywistyczne, jak Anonymous, otrzymujące szeroki odzew na platformie, potwierdzają globalny wymiar protestów w Gezi Park oraz uniwersalność problemów, które poruszały uczestników ruchu. Przejawia się tu siła mediów społecznościowych w łączeniu lokalnych inicjatyw z globalnym wsparciem.

5.5.2.1.1. Wnioski

Oryginalne tweety, choć stanowiły mniejszość wśród wszystkich wiadomości, odgrywały zasadniczą rolę w kształtowaniu autentycznego obrazu wydarzeń. Wyróżniały się jako świadectwo bezpośredniego zaangażowania i osobistych doświadczeń uczestników. Te indywidualne głosy, bogate w osobiste przemyślenia i obserwacje, podkreślały nie tylko kreatywny wymiar komunikacji, ale także przyczyniały się do głębszego zrozumienia dynamiki protestów. Jako bezpośredni przekaz z pierwszej ręki, miały istotny wpływ na percepcję i interpretację zdarzeń przez szerszą społeczność.

Dominacja retweetów w analizowanym materiale wskazuje na ich kluczową rolę w szybkim rozpowszechnianiu informacji. Nie tylko rozszerzało to zasięg komunikatów, ale również umacniało solidarność wśród protestujących oraz poparcie społeczne dla manifestacji. Retweety były także narzędziem efektywnego omijania barier informacyjnych ustanowionych przez tradycyjne media, co z kolei przyczyniało się do wzrostu świadomości i mobilizacji na większą skalę.

Możliwość dotarcia do 609 milionów osób i teoretyczna ekspozycja na poziomie 3,8 miliarda wskazują na ogromny wpływ mediów społecznościowych jako globalnych narzędzi informacyjnych. Te liczby demonstrują, że cyfrowe platformy mogą służyć jako megafony dla społecznych i politycznych inicjatyw, przekraczając geograficzne i kulturowe bariery.

Różnorodność zaangażowania uczestników, od jednorazowych reakcji na wydarzenia po intensywne i wielowątkowe dyskusje, odzwierciedla szeroki przekrój społeczności angażującej się w protesty. Ta różnorodność pokazuje, jak media społecznościowe przyciągają i integrują szerokie spektrum osób, od okazjonalnych komentatorów po głęboko zaangażowanych aktywistów.

Użycie różnych języków w tweetach oraz szeroka tematyka postów podkreślały międzynarodowy charakter i zasięg protestów. Media społecznościowe służyły nie tylko do informowania lokalnej społeczności, ale stały się narzędziem umożliwiającym glo-

balną solidarność i wsparcie, co znacząco wpływało na rozprzestrzenianie się idei protestów oraz na zainteresowanie nimi poza granicami Turcji.

Wpływowe konta, zarówno te należące do mediów międzynarodowych, jak i celebrytów, miały znaczący wpływ na kształtowanie publicznego obrazu wydarzeń. Wykorzystując swoją rozpoznawalność i zasięg, przyczyniały się do formowania szerokiego zrozumienia i opinii na temat protestów. Demonstruje to, jak bardzo granice między tradycyjnymi mediami a nowymi formami komunikacji publicznej stają się płynne, co z kolei podkreśla rosnącą rolę mediów społecznościowych w kształtowaniu społecznej i politycznej świadomości.

Wpływ tweetów na dynamikę i przebieg protestów w parku Gezi był wielowymiarowy. Oryginalne tweety dostarczały bezpośrednich relacji z miejsca wydarzeń, co zwiększało autentyczność przekazu i pozwalało lepiej zrozumieć sytuację. Retweety natomiast znacząco przyczyniły się do szybkiego rozpowszechniania informacji, co umocniło solidarność oraz wsparcie dla protestów zarówno w kraju, jak i na arenie międzynarodowej. Dzięki zróżnicowaniu języków, w których publikowano tweety oraz potencjalnemu zasięgowi sięgającemu 609 milionów osób, wiadomości docierały do szerokiego grona odbiorców na całym świecie. Różnorodność uczestników, zarówno tych o mniejszym, jak i większym zasięgu, stworzyła dynamiczną sieć komunikacji, gdzie każdy mógł mieć wpływ na narrację. W ten sposób Twitter nie tylko informował, ale też mobilizował, łącząc lokalne protesty z globalną publicznością. Kluczowe wnioski pokazują, że media społecznościowe stają się coraz bardziej integralną częścią współczesnych ruchów społecznych, oferując nie tylko platformę do komunikacji, ale także narzędzie do mobilizacji i wywierania wpływu na dużą skalę.

5.5.2.2. Analiza jakościowa

Analiza ta ma charakter jakościowy i skupia się na rozważaniu treści, emocji oraz retoryki prezentowanej w tweetach. Intencją badawczą jest przechwycenie subtelnych niuansów społeczno-politycznych, które mogą pozostać niewidoczne w ramach standardowych analiz ilościowych. Badanie koncentruje się na eksploracji różnorodnych aspektów komunikacji w mediach społecznościowych, wykorzystując do tego celu zaawansowane metody analizy treści oraz sentymentu. Przez zastosowanie analizy treści, dąży do identyfikacji kluczowych motywów, emocji i strategii retorycznych, które były obecne w tweetach związanych z wydarzeniami w Gezi Park. Dzięki temu możliwe

będzie nie tylko zrozumienie sposobów, w jakie uczestnicy protestów używali Twittera do komunikacji, ale również jak te interakcje wpłynęły na percepcję i rozwój protestów.

Zakłada się, że te subtelne elementy komunikacji mogą mieć znaczący wpływ na formowanie opinii publicznej oraz na mobilizację społeczną, co czyni ich zrozumienie kluczowym dla pełniejszej analizy wpływu mediów społecznościowych na współczesne ruchy protestacyjne.

5.5.2.2.1. Analiza sentymentu

Analiza sentymentu wykonana została przy użyciu platformy Tweet Binder by Audience. Wynik analizy sentymentu (*sentiment score*)⁷⁵⁴ dla tweetów z zamieszek w Gezi wynosi 59,96. Oznacza to, że analizowane tweety wyrażają przeważnie pozytywne emocje, opinie lub treści w kontekście tych wydarzeń. Sugeruje to, że wśród użytkowników dyskutujących na Twitterze dominuje optymizm lub wsparcie dla ruchu Gezi, jego celów lub uczestników.

Warto zauważyć, że mimo iż tweety mogą dotyczyć trudnych i kontrowersyjnych tematów - w tym przypadku zamieszek społecznych - ich sentyment jest pozytywny. To może wynikać z różnych czynników, takich jak solidarność z uczestnikami ruchu, nadzieja na pozytywne zmiany społeczne czy wrażenie aktywności społecznej w odpowiedzi na niesprawiedliwość.

Jednakże mimo pozytywnego sentymentu tweety nadal mogą zawierać treści krytyczne wobec pewnych aspektów wydarzeń, wyrażać frustrację lub sprzeciw wobec działań władz. Warto zatem zrozumieć, że pozytywny sentyment niekoniecznie oznacza jednoznaczne poparcie dla wszystkich aspektów ruchu Gezi, ale raczej refleksję różnorodnych emocji i opinii wobec tych wydarzeń.

5.5.2.2.2. Klasyfikacja emocji

Przy pomocy narzędzia Data Analyst przeprowadzono analizę treści tweetów dotyczących protestów w parku Gezi, stosując metodykę kategoryzacji opartej na emocjach

⁷⁵⁴ Analiza sentymentu na Twitterze to proces, który pozwala ocenić, czy analizowane tweety mają pozytywny, negatywny czy neutralny charakter. Analiza ta jest stosowana również w kontekście wzmianek o różnych wydarzeniach, co pozwala zrozumieć jakie są opinie na ich temat. Za: N. Farra P. Nakov, S. Rosenthal, *SemEval-2017 Task 4: Sentiment Analysis in Twitter*, „Proceedings of the 11th International Workshop on Semantic Evaluation (SemEval-2017)”, Vancouver, „Association for Computational Linguistics”, 2017, s. 502 – 518.

wyrażanych przez użytkowników mediów społecznościowych. Proces kategoryzacji rozpoczęto od szczegółowej analizy korpusu tweetów w celu identyfikacji najczęściej pojawiających się tematów i emocji.

Proces badawczy rozpoczęto od wstępnej obróbki tekstu, usuwając URL-e, nazwy użytkowników i hasztagi, co pozwoliło skoncentrować się na samej treści merytorycznej tweetów. Następnie przeprowadzono proces kategoryzacji emocjonalnej, wykorzystując metodę analizy sentymentu oraz podejścia jakościowe do określenia tonu i nastroju komunikatów. Tweetów użyto do utworzenia wstępnych kategorii emocjonalnych, każda kategoria została zdefiniowana na podstawie występujących w tweetach słów kluczowych i fraz, które najczęściej były powiązane z określonymi emocjami. Ponadto oceniono ton i nastrój wyrażany w tweetach, zwracając uwagę na to, jak uczestnicy wyrażają swoje emocje, szczególnie te związane ze strachem, niepokojem czy apelem o pomoc.

Po analizie tweety zostały zaklasyfikowane do trzech głównych kategorii emocjonalnych. Pierwszą z nich jest Wsparcie/Wspólnota i są to tweety z pozytywnym sentymentem, które mogą wyrażać solidarność, wsparcie dla protestów.

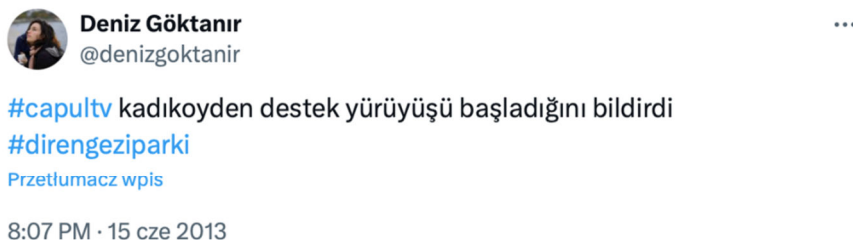
Rysunek 8. Przykładowy tweet



Źródło: <https://twitter.com/FrauFoo/status/345931660564525056>

Tłumaczenie: „Solidarność z narodem! Na żywo z #Taksim do #Stuttgart #occupygezi”

Rysunek 9. Przykładowy tweet



Źródło: <https://twitter.com/denizgoktanir/status/345965870469746689>

Tłumaczenie: „#capultv poinformowało, że marsz wsparcia rozpoczął się w Kadıköy #direngeziparki”

Analizowane tweety w kategorii Wsparcie/Wspólnota koncentrują się głównie na trzech aspektach komunikacji. Pierwszy z nich, *komunikowanie na żywo*, polega na wezwaniach do transmitowania wydarzeń na żywo. Cel tych wezwań to nie tylko zwiększenie przejrzystości wydarzeń, ale również próba budowania uczucia bezpośredniego uczestnictwa i zaangażowania społeczności międzynarodowej. Drugi aspekt, *apele o pomoc i wsparcie*, odnosi się do wezwań skierowanych zarówno do międzynarodowej społeczności, jak i lokalnych obywateli o interwencję i wsparcie w odpowiedzi na bieżące potrzeby. Trzeci, *reakcje na działania policji*, obejmuje analizę komunikatów reagujących na interakcje z siłami porządkowymi, które są mieszanką krytyki działań uznawanych za represyjne oraz próśb o umiarkowanie i przestrzeganie praw obywatelskich.

Ton tweetów w kategorii Wsparcie/Wspólnota charakteryzuje się pilnością i apelacyjnością, co jest typowe dla komunikatów mających na celu mobilizację społeczną i zdobycie wsparcia. Analiza wykazała, że użytkownicy Twittera stosują często struktury imperatywne i bezpośrednie apelacje, co podkreśla nagłość i wagę sytuacji. Wykorzystanie bezpośrednich apeli ma na celu przyciągnięcie uwagi odbiorców oraz skłonienie ich do podjęcia konkretnych działań. Jest to retoryka typowa dla sytuacji kryzysowych, gdzie komunikacja jest zarówno środkiem informacyjnym, jak i narzędziem mobilizacyjnym.

Drugą kategorią emocjonalną był Gniew/Opozycja i takie tweety charakteryzowały się negatywnym sentymentem, wskazując na frustrację, gniew lub krytykę wobec działań rządowych.

Rysunek 10. Przykładowy tweet



Yesim Comert

@yesimcf

...

Police started attacking peaceful protesters with tear gas and water cannons in [#Taksim](#) [#Occupygezi](#) [#direngeziparki](#) [#policebrutality](#) [#Turkey](#)

[Przetłumacz wpis](#)

7:52 PM · 15 cze 2013

Źródło: <https://twitter.com/yesimcf/status/345962099442339840>

Tłumaczenie: „Policja zaczęła atakować pokojowych demonstrantów gazem łzawiącym i armatkami wodnymi w [#Taksim](#) [#Occupygezi](#) [#direngeziparki](#) [#policebrutality](#) [#Turkey](#)”

Rysunek 11. Przykładowy tweet



Şafak Baş شفق
@TurkishIranian



direnişe zorluyorsun Başbakan! #occupygezi

[Przetłumacz wpis](#)

8:08 PM · 15 cze 2013

Źródło: <https://twitter.com/TurkishIranian/status/345966088560992256>

Tłumaczenie: „Zmuszasz do oporu, Premierze! #occupygezi”

Tweety w tej kategorii często odnoszą się do trzech głównych tematów: *lokalizacje protestów, interakcje z policją oraz zagadnienia społeczne i polityczne*. Wzmianki o konkretnych miastach i miejscach, gdzie odbywają się protesty, podkreślają geograficzną koncentrację gniewu i opozycji, dostarczając informacji o strategicznych miejscach aktywizmu. Odniesienia do sił porządkowych są częste i wskazują na bezpośrednie konflikty między protestującymi a policją, co stymuluje emocjonalną reakcję w społeczności. Dodatkowo, wzmianki o obywatelach i poszanowaniu prawa wskazują na szersze zagadnienia dotyczące praw obywatelskich, co rzuca światło na głębsze przyczyny społeczne i polityczne leżące u podstaw protestów.

Retoryczne strategie komunikacji, które zostały zidentyfikowane, charakteryzują się konfrontacyjnym i intensywnym tonem, będącym odpowiedzią na emocjonalne i polityczne napięcia. Ton jest bezpośredni, często agresywny, co odzwierciedla głęboką frustrację i niezadowolenie z polityki rządowej. Silny język ma na celu wywołanie emocjonalnej odpowiedzi i podkreślenie pilności sytuacji. Użytkownicy wyrażają determinację w dążeniu do zmian, co manifestuje się poprzez jasne i zdecydowane komunikaty. Użycie bezpośrednich odniesień do konkretnych incydentów, lokalizacji i działań policji podnosi ton konfrontacyjny, co jest charakterystyczne dla komunikatów wyrażających opozycję, gdzie język jest używany nie tylko do informowania, ale również do wywierania wpływu na odbiorców.

Ostatnia kategoria emocjonalnego podziału tweetów, to Obawa/Zaniepokojenie. Są to tweety neutralne lub mieszane, które mogą wyrażać obawy, niepewność co do przyszłości protestów lub reakcje na trudne sytuacje.

Rysunek 12. Przykładowy tweet



Emi Kayserilioglu

@eminations



What I fear most in any situation is when both sides become consistent in their obstinacy, I dread the consequences & outcome. [#occupygezi](#)

[Przetłumacz wpis](#)

12:59 PM · 15 cze 2013

Źródło: <https://twitter.com/eminations/status/345857992362704897>

Tłumaczenie: „Najbardziej w każdej sytuacji boję się tego, że obie strony staną się konsekwentne w swoim uporze, boję się konsekwencji i wyniku. [#occupygezi](#)”

Rysunek 13. Przykładowy tweet



Mahir Bora Kayihan

@mahirbora



RTE konuşmaya başladı bu gece olacıklardan korkuyorum! Başörtüsüne sığınması ciddi anlamda sarsıldıklarını gösteriyor!! [#direngeziparki](#)

[Przetłumacz wpis](#)

5:17 PM · 15 cze 2013

Źródło: <https://twitter.com/mahirbora/status/345923012551401476>

Tłumaczenie: „RTE zaczął mówić, boję się co będzie dzisiaj wieczorem! To, że schronił się w chuście świadczy o tym, że są poważnie wstrząśnięci!!!”⁷⁵⁵

Analiza tweetów w tej kategorii ujawnia kilka głównych tematów. Pierwszy to *reakcje na działania policji*, w tym obawy związane z interwencjami takimi jak użycie gazu łzawiącego czy brutalność, które są często zgłaszane przez uczestników protestów. Drugim tematem jest *niepewność co do przyszłości protestów*, gdzie tweetujący wyrażają swoje zaniepokojenie i niepewność dotyczące dalszego przebiegu wydarzeń i odpowiedzi władz. Trzeci temat to *apel o międzynarodową uwagę i wsparcie*, gdzie wiele

⁷⁵⁵ Wyrażenie użyte przez Erdogana, „başörtüsüne sığınması”, może być interpretowane jako metaforyczne wskazanie na szukanie ochrony lub wsparcia w trudnych czasach. „Başörtüsü” oznacza w tureckim „chustę” lub „zakrycie głowy”, które jest często kojarzone z ochroną, prywatnością lub poczuciem bezpieczeństwa. Stwierdzenie, że Erdogan „schronił się w chuście” po wyrażeniu obaw „co będzie dzisiaj wieczorem”, można zrozumieć jako obrazowe przedstawienie jego niepokoju i poczucia zagrożenia w obliczu potencjalnych wydarzeń lub kontynuacji napięć społecznych. Może to sugerować, że czuje się on wstrząśnięty lub zaniepokojony możliwym rozwojem sytuacji, która może być dla niego niekorzystna lub niestabilna.

tweetów zawiera prośby o zwrócenie uwagi przez międzynarodową społeczność oraz apeluje o pomoc. Ostatni ważny temat to *zdrowie i bezpieczeństwo uczestników*, gdzie często podnoszone są obawy dotyczące zdrowia i bezpieczeństwa osób uczestniczących w protestach.

Ton tych tweetów jest nacechowany uczuciem pilności i niepokoju. Charakterystyczne dla tej kategorii są ekspresje lęku i obawy - tweetujący często używają języka wyrażającego strach i niepokój, co wskazuje na głębokie zaniepokojenie sytuacją. Dodatkowo, w tonie wielu tweetów przebija ostrożność, co może być wynikiem obaw przed reperkusjami. Występuje również wyraźna empatia i współczucie wobec innych uczestników protestów, co wzmacnia poczucie wspólnoty i solidarności wśród protestujących.

Podsumowanie tego podrozdziału pozwala wyciągnąć kilka istotnych wniosków z przeprowadzonej analizy treści tweetów dotyczących protestów w parku Gezi. W pierwszej kolejności, metodyka kategoryzacji opartej na emocjach wyrażanych przez użytkowników mediów społecznościowych pozwoliła na dogłębne zrozumienie dynamiki społecznych reakcji na wydarzenia. Analiza ta ujawniła, w jaki sposób media społecznościowe stają się areną dla różnorodnych wyrażen emocjonalnych, które są bezpośrednio związane z aktualnymi wydarzeniami politycznymi i społecznymi.

Każda z trzech głównych kategorii emocjonalnych dostarcza unikalnego wglądu w to, jak uczestnicy protestów komunikują swoje stanowiska, uczucia i reakcje. W kategorii Wsparcie/Wspólnota obserwujemy, jak solidarność i wspólne działanie są podkreślane poprzez apelacyjne i mobilizujące komunikaty. Kategoria Gniew/Opozycja rzuca światło na stopień frustracji i sprzeciwu wobec działań władz, demonstrując, że gniew może być katalizatorem dla publicznej ekspresji i oporu. Natomiast w kategorii Obawa/Zaniepokojenie ujawniają się głębokie obawy społeczne, które mogą wpływać na przyszłe działania i strategie ruchów społecznych.

Analiza pokazała również, jak kluczowe jest zrozumienie tonu i nastroju komunikatów w mediach społecznościowych, co ma znaczący wpływ na formowanie publicznej opinii i zachowań. Jasne jest, że media społecznościowe odgrywają kluczową rolę w kształtowaniu dyskursów publicznych, będąc narzędziem zarówno dla organizatorów protestów, jak i dla uczestników wyrażających swoje emocje i stany emocjonalne.

Analiza ujawnia istotny wpływ samych treści na dynamikę i przebieg tych wydarzeń. Tweety, analizowane w trzech głównych kategoriach emocjonalnych: Wsparcie/Wspólnota, Gniew/Opozycja oraz Obawa/Zaniepokojenie, miały bezpośredni

wpływ na mobilizację uczestników, eskalację oporu oraz strategię działania protestujących. W tweetach związanych z wsparciem i wspólnotą dominował ton mobilizacyjny, który wzmacniał poczucie solidarności oraz kolektywnego działania. Komunikaty te, często skierowane do społeczności międzynarodowej, zawierały apele o wsparcie, wezwania do relacjonowania wydarzeń na żywo, co zwiększało globalne zaangażowanie i presję na władze. Solidarność wyrażana w tych tweetach nie tylko umacniała lokalnych demonstrantów, ale także angażowała osoby z zewnątrz, budując globalne poparcie dla protestów. Tweety dotyczące gniewu i opozycji cechowały się tonem konfrontacyjnym, odzwierciedlającym głęboką frustrację i sprzeciw wobec działań władz. Komunikaty te często były agresywne, podkreślając bezpośrednią opozycję wobec polityki rządu i brutalnych działań sił porządkowych. Tego rodzaju tweety miały potencjał do zwiększenia mobilizacji, intensyfikowania oporu i eskalacji konfliktu, wpływając na dalszy rozwój protestów. Z kolei tweety wyrażające obawę i zaniepokojenie koncentrowały się na lękach związanych z brutalnością policji i niepewnością co do przyszłości wydarzeń. Tego typu komunikaty, pełne niepokoju, miały wpływ na decyzje protestujących, którzy mogli być bardziej ostrożni w swoich działaniach. Równocześnie tweety te skłaniały do refleksji nad ryzykiem uczestnictwa, co mogło wpływać na przebieg protestów w krytycznych momentach. Tweety dotyczące gniewu i opozycji mogły przyczynić się do eskalacji protestów i zwiększenia napięć, natomiast te, które budowały solidarność i wsparcie, wzmacniały zainteresowanie protestami, zwiększając presję polityczną na rząd turecki. Tweety wyrażające obawy natomiast wpływały na zmianę strategii działania protestujących, zwłaszcza w obliczu zagrożenia brutalnymi interwencjami.

Podsumowując, tweety miały bezpośredni wpływ na dynamikę protestów. Ich ton i nastrój odgrywały kluczową rolę w kształtowaniu reakcji uczestników oraz w eskalacji i rozwoju wydarzeń, tworząc wielowymiarowy obraz protestów, który był dynamicznie kształtowany przez emocje wyrażane w mediach społecznościowych.

5.5.2.2.3. Modelowanie i analiza tematyczna

W kolejnym etapie przeprowadzono szczegółową analizę słów kluczowych oraz treści tweetów związanych z protestami. Próbką 20000 losowo wybranych tweetów została poddana procesowi normalizacji, obejmującemu usunięcie tzw. stop words, adresów URL oraz innych charakterystycznych elementów platformy Twitter, takich jak symbole @ i #. Wszystkie słowa zostały przekonwertowane na małe litery, co miało na celu ujednoczenie i standaryzację danych na potrzeby dalszej analizy. Zgodnie z kluczowy-

mi założeniami analizy zawartości opisaną przez Pisarka⁷⁵⁶, proces ten opierał się na zasadach obiektywności i systematyczności, zapewniając maksymalną precyzję w badaniu danych i eliminując subiektywne elementy z analizy.

Tabela 5. Słowa najczęściej występujące w analizowanych tweetach

Lp.	Język turecki	Język angielski	Język polski	Częstotliwość
1	Gezi	Gezi	Gezi	2829
2	Park	Park	Park	2330
3	Polis	Police	Policja	2133
4	Taksim	Taksim	Taksim	1849
5	İstanbul	Istanbul	Stambuł	857
6	Saldırı	Attack	Atak	659
7	Divan	Divan	Divan ⁷⁵⁷	516
8	Gaz	Gas	Gaz	392
9	Allah	God	Bóg	375
10	İnsanlar	People	Ludzie	373
11	Müdahale	Intervention	Interwencja	340
12	Diğerleri	Others	Inni	325
13	Tayyip	Tayyip	Tayyip ⁷⁵⁸	324
14	Türkiye	Turkey	Turecja	321
15	Olsun	Let it be	Niech będzie	316

Źródło: opracowanie własne

⁷⁵⁶ W. Pisarek, *Analiza zawartości...*, dz. cyt., s. 5-16.

⁷⁵⁷ Hotel Divan. Podczas protestów, Hotel Divan zyskał szczególne znaczenie, ponieważ otworzył swoje drzwi dla rannych protestujących oraz osób szukających schronienia przed gazem łzawiącym i armatkami wodnymi używanymi przez policję. Działania hotelu były szeroko relacjonowane i chwalone przez demonstrantów oraz ich zwolenników za zapewnienie bezpiecznego schronienia i pomocy medycznej w intensywnych momentach protestów.

⁷⁵⁸ Recep Tayyip Erdoğan, Prezydent Turcji

Wdrożone podejście obejmowało kompleksową normalizację językową, zgodnie z wymogiem kompleksowości, uwzględniając wszystkie słowa w zbiorze danych. Dzięki temu procesowi zwiększono precyzję oraz reprezentatywność przy identyfikacji i zliczaniu słów kluczowych, co pozwoliło na badanie zarówno formy, jak i treści przekazu.

Za pomocą specjalistycznych narzędzi do analizy tekstu zidentyfikowano najczęściej występujące słowa i frazy. Każda z nich została sklasyfikowana oraz przeanalizowana w kontekście znaczenia w ramach protestów, co odpowiada wieloaspektowości analizy, ponieważ analizowano zarówno powierzchniowe struktury (częstotliwość pojawiania się tematów), jak i głębsze znaczenia ideologiczne. W ten sposób możliwe było dokładniejsze zrozumienie przekazu oraz jego wpływu na społeczność, zgodnie z funkcją poznawczą analizy zawartości. Ostatecznie wyselekcjonowano 15 najczęściej używanych słów, które stały się kluczowymi wskaźnikami dominujących tematów w dyskusji, co odpowiada elastyczności metodologicznej analizy zawartości, umożliwiając jej dostosowanie do różnych potrzeb badawczych.

Zastosowanie algorytmu Latent Dirichlet Allocation (LDA) do modelowania tematycznego treści tweetów umożliwiło wyodrębnienie dominujących tematów oraz podtematów w dyskursie dotyczącym protestów. Ta metoda pozwoliła na kontekstualną analizę treści, uwzględniającą zarówno społeczne, jak i historyczne uwarunkowania, co przyczyniło się do zrozumienia relacji między rzeczywistością społeczną a obrazem przedstawianym w tweetach⁷⁵⁹. Analiza ta, zgodnie z koncepcją Pisarka, pełniła zarówno funkcję praktyczną, ułatwiając identyfikację tematów dominujących, jak i funkcję krytyczną, pozwalając demaskować potencjalne zniekształcenia rzeczywistości w przekazach. Analiza użycia tych słów umożliwiła identyfikację sześciu głównych tematów. Te tematy rzucają światło na złożoną mozaikę społecznych, politycznych i medialnych reakcji, jakie wygenerowały protesty w parku Gezi. Ich szczegółowa analiza ukazuje

⁷⁵⁹ W ramach modułu Data Analyst do normalizacji danych tekstowych użyto języka Python, ze względu na jego wszechstronne biblioteki przetwarzania tekstu. Kluczowym narzędziem było Pandas, które ułatwiło manipulację i czyszczenie danych poprzez filtrację i transformację. Dodatkowo, Natural Language Toolkit (NLTK) posłużył do tokenizacji, usuwania słów pomijalnych i stemmingu, przygotowując tekst do analizy. Użyto także biblioteki Regular Expressions (re) do wyszukiwania i eliminacji wzorców w tekście, takich jak adresy URL czy hasztagi. Gensim, zaawansowana biblioteka do modelowania tematycznego i analizy semantycznej, została użyta do implementacji modelu LDA (Latent Dirichlet Allocation), który pozwolił na identyfikację latentnych tematów w dużych zbiorach tekstów, co było kluczowe w analizie treści tweetów. Zastosowanie tych narzędzi pozwoliło na efektywne przygotowanie danych do dalszej analizy.

zarówno szerokie spektrum publicznego dyskursu, jak i specyficzne kwestie, które skupiły uwagę uczestników i obserwatorów wydarzeń.

Temat pierwszy to *miejsca i przestrzenie protestów*. Analiza tego tematu wykazała, że park Gezi nie tylko pełnił funkcję centralnego punktu zgromadzeń, ale również stał się metaforyczną przestrzenią w dyskursie cyfrowym. Tweetom analizowanym w badaniu często towarzyszyły zdjęcia, hasztagi i lokalizacje, które zwiększały ich widoczność i oddziaływanie na odbiorców. Dzięki temu park Gezi i plac Taksim stały się nie tylko lokalizacjami w Stambule, ale także ikonicznymi symbolami globalnego ruchu protestacyjnego.

Obecność tych miejsc w treściach tweetów znacząco wpływała na percepcję i zasięg protestów. Analiza wykazała, że twórcy tweetów wykorzystywali nazwy tych lokalizacji, aby przyciągnąć międzynarodową uwagę i wsparcie, co świadczy o strategicznym wykorzystaniu mediów społecznościowych jako narzędzia w walce o globalne uznanie i solidarność. Wskazuje to na zjawisko, w którym fizyczne miejsca protestów transformują się w znaczące przestrzenie w cyfrowym świecie, zwiększając zasięg i wpływ społecznych ruchów.

Z przeprowadzonej analizy wynika, że tweetujący dostrzegali w tych miejscach nie tylko arenę dla bezpośrednich działań, ale także platformę dla rozprzestrzeniania się idei i mobilizacji społecznej na skalę międzynarodową. To podkreśla rolę, jaką media społecznościowe i cyfrowe narracje odgrywały w kształtowaniu i utrwalaniu miejsca protestów w świadomości społecznej i politycznej. W rezultacie park Gezi i plac Taksim nie były tylko fizycznymi lokalizacjami protestów, ale stały się kluczowymi elementami w konstruowaniu cyfrowego obrazu ruchów społecznych.

Kolejny temat to *konfrontacje i strategie podczas walk*. W tweetach odnoszących się do wydarzeń w parku Gezi, szczególną uwagę poświęcono tematowi konfrontacji i strategii podczas walk, który skupiał się na interakcjach między uczestnikami protestów a organami egzekwującymi prawo. Analizowane treści ukazywały różnorodność metod zarządzania tłumem stosowanych przez policję oraz różnorakie reakcje protestujących w tym zarówno fizyczne środki kontroli, jak i bardziej złożone taktyki reagowania.

Z przeprowadzonej analizy wynika, że interakcje te były często opisane w sposób dynamiczny i pełen emocji, co miało wpływ na rozprzestrzenianie się informacji oraz mobilizację większej liczby uczestników. Tweetujący często dokumentowali użycie przez policję środków takich jak gaz łzawiący i armatki wodne, co było przedstawiane jako próba stłumienia protestów. Z kolei opisy reakcji protestujących zawierały elemen-

ty zarówno pasywnej opozycji, jak i bardziej zdecydowanych form protestu, w tym budowanie barykad czy odpieranie interwencji.

Najważniejszym wnioskiem płynącym z analizy jest to, że strategie obu stron konfliktu były szeroko dokumentowane i komentowane w mediach społecznościowych. Dzięki temu zyskały one szerszy rezonans zarówno na poziomie lokalnym, jak i międzynarodowym. Tweetujący nie tylko relacjonowali bieżące wydarzenia, ale również angażowali się w tworzenie narracji, która miała wpływ na postrzeganie konfrontacji.

Takie postępowanie przyczyniło się do zwiększenia świadomości społecznej i politycznej odnośnie metod działania policji oraz form oporu stosowanych przez protestujących.

Podsumowując, badanie tweetów dotyczących konfrontacji i strategii podczas protestów w parku Gezi pokazało, że media społecznościowe odegrały kluczową rolę w dokumentowaniu i rozpowszechnianiu różnorodnych aspektów walk. To nie tylko przyczyniło się do większej widoczności wydarzeń, ale także pozwoliło na lepsze zrozumienie dynamiki i złożoności relacji między uczestnikami protestów a siłami porządkowymi.

Temat trzeci to *odpowiedzi rządu na protesty*. Analiza tweetów pokazała też, jak odbierane były reakcje rządu na protesty i jak były one komentowane przez użytkowników mediów społecznościowych. Badanie to skoncentrowano na ocenie, w jaki sposób działania rządzących, ich komunikaty oraz prawne aspekty interwencji były przedstawiane w cyfrowym dyskursie.

Z przeprowadzonej analizy wynika, że tweetujący często podkreślali bezpośrednie zaangażowanie rządu w próby stłumienia protestów. W tweetach dominowały opisy użycia siły przez organy egzekwujące prawo, co było ilustrowane przez relacje z interwencji, często poparte zdjęciami i filmami. Takie posty podkreślały odczucia, że rząd stosuje represje zamiast prowadzenia dialogu.

Tweetujący często relacjonowali naruszenia praw obywatelskich, wskazując na nieproporcjonalne i nieadekwatne działania władz w odpowiedzi na legalnie zgromadzenia protestujących, co podkreślało odczucie, że działania rządowe były nieadekwatne do skali i charakteru protestów.

Istotnym elementem analizy były również tweety, które omawiały długoterminowe zmiany w polityce wprowadzone w odpowiedzi na protesty. Niektóre z nich wskazywały na późniejsze próby reformy prawnej i politycznej, które mogły być interpretowane jako próby zażegnania konfliktu i odpowiedzi na żądania społeczne.

Wnioski płynące z przeprowadzonej analizy wskazują na to, że media społecznościowe pełniły kluczową rolę w dokumentowaniu i analizowaniu rządowych odpowiedzi na protesty. Tweetujący nie tylko przekazywali bieżące informacje, ale również przyczyniali się do formowania publicznej opinii i debaty na temat odpowiedzialności rządowej, praw obywatelskich i etyki w zarządzaniu kryzysowym. To podkreśla znaczenie mediów społecznościowych jako forum dla publicznego dyskursu oraz ich wpływ na percepcję i reakcje na działania rządu w kontekście protestów.

Kolejny temat to *formy wsparcia i solidarności*. Badanie wyjaśniło też, jak solidarność z protestującymi była manifestowana i postrzegana przez uczestników oraz obserwatorów protestów. Analiza skoncentrowała się na różnych aspektach współpracy i pomocy, które pojawiały się zarówno w lokalnych grupach, jak i w kontekście międzynarodowym.

Tweetujący często dokumentowali różne formy pomocy, od materialnej po wsparcie informacyjne i moralne. Przejawiało się to w postaci dostarczania zaopatrzenia dla protestujących, udostępniania miejsc schronienia, a także organizowania sieci pomocy prawnej dla zatrzymanych uczestników. W tweetach podkreślano także znaczenie przekazywania aktualnych informacji o przebiegu protestów, co było kluczowe dla zorganizowania i bezpieczeństwa uczestników. Analizowane tweety ukazywały ponadto, w jaki sposób solidarność manifestowała się poprzez międzynarodową współpracę i poparcie. Tweetujący relacjonowali, jak międzynarodowe społeczności wyrażały swoje wsparcie poprzez media społecznościowe, co nie tylko wzmacniało morale uczestników, ale również skupiało globalną uwagę na zamieszkach. Wprowadzenie międzynarodowego wymiaru do lokalnych protestów znacząco wpłynęło na ich zasięg i percepcję, co podkreślano w licznych tweetach zawierających hasztagi związane z Gezi Park.

Jednym z najważniejszych wniosków płynących z tej analizy jest to, że media społecznościowe odgrywały zasadniczą rolę w mobilizacji wsparcia i solidarności, zarówno lokalnie, jak i globalnie. Tweetujący nie tylko informowali o bieżących wydarzeniach, ale również angażowali ludzi z różnych części świata do udziału w akcji wsparcia. To podkreśla, iż cyfrowe narzędzia komunikacyjne mogą służyć jako potężne medium dla wzmacniania społeczności, mobilizacji wsparcia i tworzenia trwałej sieci solidarności w odpowiedzi na ruchy społeczne.

Takie działania nie tylko umacniały lokalną wspólnotę protestujących, ale również przyciągały uwagę i wsparcie na szerszą skalę, co miało wpływ na przebieg i rezultaty protestów. Ostatecznie, studium to ukazuje, że solidarność i wsparcie, wyrażane przez

różnorodne kanały i formy, stanowiły kluczowe elementy w dynamice i skuteczności protestów w parku Gezi.

Piąty temat to *rola mediów*. Analiza tweetów dotyczących tego obszaru w kontekście protestów w parku Gezi ujawniła złożoność interakcji pomiędzy mediami tradycyjnymi, mediami społecznościowymi, a ich percepcją publiczną. Badanie wykazało, jak media wpłynęły na dynamikę i percepcję protestów zarówno na poziomie lokalnym, jak i międzynarodowym.

Przeprowadzone badanie tweetów pokazało, że w początkowej fazie protestów uczestnicy często wyrażali frustrację z powodu braku adekwatnego pokrycia wydarzeń przez lokalne media głównego nurtu. Z tego powodu media społecznościowe szybko stały się kluczowym narzędziem w dokumentowaniu i rozpowszechnianiu informacji na temat przebiegu protestów. Tweetujący często relacjonowali na żywo z wydarzeń, oferując alternatywną narrację, która różniła się od tej prezentowanej przez tradycyjne media. Wiele z tweetów zawierało bezpośrednie odniesienia do wydarzeń na żywo, zdjęcia, a nawet materiały wideo, które dokumentowały zarówno reakcje sił policyjnych, jak i postawy protestujących.

Analiza ta ujawniła również, jak media społecznościowe były wykorzystywane do organizowania i koordynowania działań protestacyjnych. Tweetujący nie tylko informowali o lokalizacji i czasie zgromadzeń, ale także dyskutowali o strategiach i odpowiedziach na działania policji. Wiele z tych tweetów miało charakter mobilizujący, zachęcający więcej osób do udziału w protestach lub do wyrażenia poparcia w mediach społecznościowych.

Dalsze badanie pokazało, że międzynarodowe media często opierały swoje raporty na informacjach czerpanych z mediów społecznościowych, co podkreślało rolę Twittera i innych platform jako niezbędnych narzędzi w globalnej komunikacji kryzysowej. Wiele tweetów wskazywało na znaczący wpływ międzynarodowego pokrycia mediowego na postrzeganie wydarzeń i reakcje rządów innych krajów oraz organizacji międzynarodowych.

Wyniki analizy wskazują na to, że media społecznościowe odegrały niezmiernie ważną rolę w kształtowaniu publicznego odbioru protestów w parku Gezi. Stanowiły one kluczową alternatywę dla tradycyjnych mediów, których relacje były pokazane jako niewystarczające lub stronnicze. To dowodzi, że w kontekście społecznych i politycznych turbulencji, role mediów ewoluują, a media społecznościowe stają się coraz ważniejszym elementem w kształtowaniu opinii publicznej i mobilizacji społecznej.

Ostatni temat to *etyczne i prawne aspekty protestów*. Analiza tweetów dotyczących tego zagadnienia ujawniła złożoność moralnych i prawnych dylematów, z którymi musieli się zmierzyć zarówno uczestnicy protestów, jak i władze. Przeprowadzone badanie, wykorzystując treści publikowane w mediach społecznościowych, pozwoliło na głębsze zrozumienie, jak dyskurs etyczny i prawny był kształtowany w kontekście społecznym i politycznym tych wydarzeń.

Z tweetów wynikało, że uczestnicy protestów często podkreślali naruszenia praw człowieka, które miały miejsce podczas interwencji policji. Relacje zawierały opisy użycia siły, w tym zastosowanie gazów łzawiących i armatek wodnych przeciwko pokojowym demonstrantom, co było przedstawiane jako działania nieproporcjonalne i niezgodne z międzynarodowymi standardami praw człowieka. Takie posty często wywoływały dyskusje na temat granic odpowiednich metod zarządzania tłumem oraz moralnych obowiązków władz wobec obywateli.

Analiza tweetów pokazała również, że wiele postów koncentrowało się na etycznych wymiarach protestów. Użytkownicy podkreślali, że ich działania są odpowiedzią na brak sprawiedliwości i niedostateczne reakcje władz na pokojowe próby dialogu. Dyskutowano ponadto o moralnym obowiązku obrony przestrzeni publicznej, jaką stanowił park Gezi jako miejsca o znaczeniu społecznym i kulturalnym, które było zagrożone przez plany komercyjnej zabudowy. Oprócz kwestii lokalnych, w tweetach często odnajdowano odniesienia do międzynarodowych norm i standardów praw człowieka, co sugerowało, że protestujący starali się przyciągnąć uwagę globalnej społeczności w celu wywarcia presji na lokalne władze. Poprzez takie działania, protestujący nie tylko poszukiwali lokalnego wsparcia, ale również międzynarodowej solidarności i interwencji w obronie ich praw.

Podsumowując, analiza tweetów dotyczących etycznych i prawnych aspektów protestów w parku Gezi wskazuje, że media społecznościowe stały się kluczowym narzędziem w mobilizacji, edukacji oraz w wymianie informacji na tematy etyczne i prawne. Demonstruje to, jak w kontekście protestów społecznych i politycznych, zarówno lokalne, jak i globalne perspektywy etyczne i prawne mogą być wzajemnie powiązane, wpływając na publiczną percepcję i reakcje władz.

5.5.2.2.4. Wnioski

Relacja tematów dominujących, zidentyfikowanych w analizie tweetów dotyczących protestów w parku Gezi, z dynamiką i przebiegiem samych wydarzeń, ukazuje

wielopłaszczyznowe interakcje pomiędzy cyfrowym dyskursem a realnymi procesami społecznymi i politycznymi. Tematy te, obejmujące przestrzeń protestów, konfrontacje z organami porządku publicznego, reakcje rządu, formy wsparcia, rolę mediów oraz aspekty etyczne i prawne, były kluczowymi czynnikami wpływającymi na kształt i intensywność protestów. Ich analiza pozwala zrozumieć, jak komunikacja w mediach społecznościowych odzwierciedlała i kształtowała dynamikę wydarzeń, wpływając na sposób, w jaki były postrzegane zarówno lokalnie, jak i globalnie.

Przestrzenie fizyczne, takie jak park Gezi i plac Taksim, odgrywały centralną rolę w cyfrowym dyskursie, stając się symbolami ruchu protestacyjnego. Częste odniesienia do tych miejsc w tweetach znacząco wpłynęły na mobilizację uczestników i przyciągnięcie uwagi międzynarodowej opinii publicznej. Fizyczne lokalizacje protestów, w szczególności park Gezi, zostały podniesione do symboli w globalnym ruchu sprzeciwu, co zwiększyło międzynarodowy zasięg i rezonans wydarzeń. Takie medialne przekształcenie przestrzeni publicznej miało bezpośredni wpływ na skalę i przebieg protestów, podkreślając strategiczne wykorzystanie tych symboli przez aktywistów.

Konfrontacje z policją oraz strategia działania organów porządku publicznego stały się drugim dominującym tematem w dyskursie internetowym. Opisy użycia siły przez policję, w tym gazu łzawiącego i armatek wodnych, były szeroko relacjonowane i komentowane w tweetach, często w formie emocjonalnej. Relacje te przyczyniały się do intensyfikacji protestów, ponieważ nagłaśniały brutalność interwencji i wzbudzały międzynarodową reakcję oraz solidarność z protestującymi. Dokumentowanie tych interakcji w czasie rzeczywistym za pomocą mediów społecznościowych umożliwiało szybsze rozprzestrzenianie się informacji, co miało wpływ na dalszą mobilizację i eskalację napięć między protestującymi a siłami porządkowymi. Media społecznościowe nie tylko relacjonowały bieżące wydarzenia, ale także pełniły funkcję organizacyjną, wspierając koordynację działań uczestników protestów.

Reakcje rządu, w tym zastosowanie siły oraz prawne interwencje, były również ważnym aspektem, kształtującym sposób, w jaki protesty były postrzegane przez społeczeństwo i media. Analiza tweetów ujawnia, że użytkownicy mediów społecznościowych szeroko krytykowali działania rządu, zwłaszcza próby stłumienia protestów siłami policyjnymi. Wpływało to na eskalację protestów, a także na wzrost krytyki ze strony międzynarodowych organizacji praw człowieka. Przekaz w mediach społecznościowych miał kluczowe znaczenie dla formowania narracji wokół odpowiedzialności rządu, co w konsekwencji wpłynęło na opinie publiczne, zarówno w kraju, jak i za granicą.

Jednym z istotnych tematów w analizie była także solidarność i wsparcie udzielane protestującym. Tweety dokumentujące różnorodne formy pomocy, zarówno lokalnej, jak i międzynarodowej, odgrywały kluczową rolę w utrzymywaniu dynamiki protestów. Wsparcie materialne, informacyjne oraz moralne, organizowane i mobilizowane poprzez media społecznościowe, miało istotny wpływ na przebieg wydarzeń, przyczyniając się do przedłużenia i eskalacji protestów. Solidarność międzynarodowa, manifestowana poprzez wsparcie w mediach społecznościowych, zwiększała presję na władze tureckie i wzmacniała morale protestujących, co wpłynęło na dalszy rozwój sytuacji.

Rola mediów, zwłaszcza społecznościowych, była kluczowa dla dokumentowania i rozpowszechniania informacji o protestach. Brak adekwatnego pokrycia wydarzeń przez tradycyjne media głównego nurtu sprawił, że media społecznościowe przejęły funkcję głównego źródła informacji o protestach. Tweety relacjonujące wydarzenia na żywo dostarczały alternatywną narrację wobec oficjalnych relacji medialnych, przyczyniając się do szerokiej mobilizacji społecznej i zwiększenia międzynarodowego zainteresowania sytuacją w Turcji. Analiza wskazuje, że media społecznościowe odegrały kluczową rolę w kształtowaniu percepcji protestów i reakcji społeczności międzynarodowej na wydarzenia w parku Gezi.

Ostatnim dominującym tematem były etyczne i prawne aspekty protestów. W tweetach szeroko komentowano naruszenia praw człowieka, których miały dopuścić się siły porządkowe podczas interwencji. Dyskusje wokół nieproporcjonalnego użycia siły oraz praw obywatelskich protestujących były szeroko nagłaśniane, a odniesienia do międzynarodowych standardów praw człowieka stanowiły istotny element dyskursu. Tego typu treści nie tylko zwiększały świadomość społeczną, ale także przyciągały uwagę organizacji międzynarodowych, co miało wpływ na dalszy przebieg protestów oraz reakcje władz.

Podsumowując, tematy dominujące w analizie tweetów odzwierciedlały kluczowe elementy dynamiki protestów w parku Gezi. Przestrzenie fizyczne, konfrontacje z policją, reakcje rządu, solidarność międzynarodowa, rola mediów oraz kwestie etyczne i prawne wzajemnie na siebie oddziaływały, kształtując zarówno przebieg wydarzeń, jak i sposób, w jaki były one postrzegane. Analiza tych tematów ukazuje, jak media społecznościowe wpłynęły na mobilizację, eskalację i międzynarodowy rezonans protestów, które z lokalnego konfliktu przekształciły się w globalnie zauważony ruch społeczny.

5.6. Podsumowanie

Protesty w Gezi Park w 2013 roku w Turcji stały się jednym z najbardziej znaczących wydarzeń politycznych i społecznych w nowoczesnej historii tego kraju, a media – zarówno tradycyjne, jak i społecznościowe – odegrały kluczową rolę w kształtowaniu dynamiki i rozwoju tego ruchu. Początkowo skromne zgromadzenia, mające na celu powstrzymanie urbanistycznych planów przekształcenia parku Gezi w Stambule, szybko przerodziły się w masowy ruch oporu przeciwko autorytarnym tendencjom rządu premiera Recepta Tayyipa Erdoğan. Odpowiedź rządu, brutalne interwencje policji oraz medialne manipulacje przyczyniły się do eskalacji protestów, a media – szczególnie media społecznościowe – stały się kluczowym narzędziem walki o prawa obywatelskie i wolność wyrażania opinii.

Media społecznościowe w protestach Gezi Park pełniły różnorodne funkcje. Przede wszystkim umożliwiały decentralizację ruchu protestacyjnego, pozwalając wielu grupom na autonomiczne działania, ale jednocześnie zapewniając koordynację w ramach ogólnego celu – sprzeciwu wobec autorytaryzmu. W sytuacji, gdy tradycyjne media były ograniczane przez cenzurę, media społecznościowe stały się niezależnym źródłem informacji, umożliwiającym szybką komunikację zarówno między uczestnikami protestów, jak i pomiędzy uczestnikami a szeroką, międzynarodową społecznością.

Kluczowym narzędziem mobilizacji w mediach społecznościowych były hashtagi, takie jak #direngeziparki, które zyskały na popularności zarówno w kraju, jak i za granicą. Dzięki nim wiadomości o brutalnych represjach rządowych, działaniach policji, a także informacje o planowanych demonstracjach i zgromadzeniach mogły być szybko rozprzestrzeniane. Użytkownicy Twittera i Facebooka dokumentowali wydarzenia na żywo, zamieszczając zdjęcia, filmy oraz relacje tekstowe, które zyskały duży zasięg, przyciągając uwagę zarówno mediów międzynarodowych, jak i globalnej opinii publicznej.

Jednym z najważniejszych elementów roli mediów społecznościowych w tym kontekście była ich funkcja jako narzędzia organizacyjnego. Protestujący mogli w czasie rzeczywistym wymieniać się informacjami na temat lokalizacji protestów, unikać niebezpieczeństw związanych z interwencjami policji oraz planować kolejne działania. Media społecznościowe stały się także narzędziem budowania solidarności międzynarodowej – informacje na temat wydarzeń w Turcji szybko dotarły do międzynarodowej

wych mediów, organizacji praw człowieka oraz aktywistów na całym świecie, co wywołało wyrazy wsparcia i globalne akcje solidarnościowe.

W przeciwieństwie do mediów społecznościowych, tradycyjne media w Turcji odgrywały zgoła odmienną rolę w trakcie protestów w Gezi Park. W pierwszych dniach protestów wiele tureckich kanałów telewizyjnych oraz gazet zignorowało wydarzenia, co spotkało się z ostrą krytyką społeczeństwa. Najbardziej wymownym przykładem medialnej blokady było emitowanie przez jeden z najpopularniejszych tureckich kanałów telewizyjnych programu dokumentalnego o pingwinach w momencie, gdy protesty w Stambule przybierały na sile. Takie działanie było szeroko postrzegane jako wynik politycznej presji wywieranej na media przez rząd, który kontrolował duże segmenty rynku medialnego w Turcji. Ten brak relacji na temat protestów w głównych mediach skłonił wiele osób do zwrócenia się w stronę mediów społecznościowych, co tylko zwiększyło ich znaczenie.

Polityczna i ekonomiczna zależność tureckich mediów tradycyjnych od rządu wpłynęła na to, jak wydarzenia były przedstawiane. W większości przypadków, kiedy już pojawiały się relacje na temat protestów, dominowały w nich narracje krytykujące uczestników, przedstawiające ich jako grupy anarchistów lub radykałów dążących do destabilizacji kraju. Takie podejście miało na celu delegitymizowanie ruchu i przedstawianie go w negatywnym świetle. Jednak wbrew intencjom rządu, medialne milczenie w pierwszych dniach oraz późniejsze manipulacje tylko zwiększyły niezadowolenie społeczne i przyczyniły się do eskalacji protestów.

W późniejszych etapach, pod wpływem międzynarodowej presji oraz rosnącego niezadowolenia w kraju, niektóre media zaczęły szerzej relacjonować wydarzenia. Gazety takie jak „Hürriyet” oraz portale informacyjne publikowały więcej artykułów na temat protestów, co wpłynęło na zwiększenie świadomości publicznej w kraju. Niemniej jednak, media tradycyjne w Turcji pozostały pod silnym wpływem polityki rządu, co ograniczało ich obiektywność i niezależność.

Podczas protestów w Gezi Park, media społecznościowe i tradycyjne media działały w pewnym stopniu równolegle, ale z bardzo różnymi skutkami i efektami. Media społecznościowe pełniły funkcję narzędzia oddolnej mobilizacji i organizacji, pozwalając obywatelom przekazywać informacje bezpośrednio do szerokiej publiczności, omijając oficjalne kanały cenzurowane przez rząd. Z kolei media tradycyjne, choć początkowo pasywne lub manipulacyjne, ostatecznie odegrały również swoją rolę, szczególnie w

kontekście międzynarodowym, gdy zaczęły pojawiać się naciski na turecki rząd, by zezwolił na większą swobodę prasy i wolność wypowiedzi.

Mediatyzacja protestów w Gezi Park była więc procesem dynamicznym, w którym tradycyjne media, mimo ograniczeń, odegrały swoją rolę w amplifikacji niektórych aspektów ruchu, a media społecznościowe zdominowały narrację, umożliwiając protestującym bezpośrednie relacje z miejsc wydarzeń. Protesty te pokazały również, jak media społecznościowe mogą wpłynąć na zmniejszenie znaczenia kontrolowanych przez rząd mediów tradycyjnych, stając się kluczowym narzędziem w walce o prawa obywatelskie i wolność słowa.

Protesty w Gezi Park były przykładem nowoczesnej mobilizacji społecznej, w której media społecznościowe odegrały kluczową rolę w organizacji, mobilizacji i szerzeniu idei ruchu. Tradycyjne media, mimo swojej początkowej nieobecności i ograniczeń wynikających z cenzury, ostatecznie odegrały swoją rolę w uwidocznieniu skali wydarzeń, zwłaszcza na arenie międzynarodowej. Jednak to właśnie media społecznościowe, dzięki swojej szybkości, globalnemu zasięgowi i niezależności od politycznej kontroli, stały się najważniejszym narzędziem, które pozwoliło na szybki rozwój protestów i wzmocnienie solidarności na całym świecie.

Realizacja celów pomocniczych w kontekście badania wpływu nowoczesnych technologii medialnych na przebieg rewolucji, na przykładzie protestów w Gezi Park, została osiągnięta poprzez szczegółową i wieloaspektową analizę roli mediów społecznościowych w organizacji oraz koordynacji działań protestacyjnych. Platformy takie jak Twitter, Facebook czy YouTube umożliwiły szybkie i skuteczne przekazywanie informacji, co miało kluczowe znaczenie w realiach, w których tradycyjne media, zdominowane przez interesy rządowe, w dużej mierze milczały na temat wydarzeń. Analiza ukazała, że media społecznościowe stały się głównym narzędziem mobilizacji społeczeństwa, oferując niezależne kanały komunikacji oraz pozwalając na organizowanie działań w czasie rzeczywistym. Protesty w Gezi Park stanowią zatem modelowy przykład, jak nowe technologie informacyjne mogą skutecznie służyć mobilizacji społecznej, zarówno w kontekście lokalnym, jak i globalnym. Dzięki mediom społecznościowym informacje o przebiegu wydarzeń rozprzestrzeniały się nie tylko w Turcji, ale również wśród międzynarodowej opinii publicznej, co wpłynęło na globalne zainteresowanie sprawą.

Dodatkowo, analiza pozwoliła na identyfikację powtarzających się mechanizmów związanych z wykorzystaniem mediów w trakcie rewolucji oraz umożliwiła sformułowanie ogólnych zasad dotyczących potencjalnego wpływu mediów na przebieg tego

typu wydarzeń. Zbadano różnorodne wzorce, z których szczególnie istotne okazały się te związane z mobilizacją za pomocą hashtagów, szerokim rozpowszechnianiem zdjęć i nagrań dokumentujących brutalne działania sił policyjnych oraz budowaniem solidarności międzynarodowej. Stwierdzono, że media społecznościowe odegrały istotną rolę w przełamywaniu cenzury narzucanej przez rząd i w dostarczaniu nieocenzurowanych informacji zarówno uczestnikom protestów, jak i międzynarodowej społeczności. W tym kontekście, kluczowym aspektem było tworzenie oddolnych narracji, które umożliwiały protestującym przedstawienie własnej perspektywy na temat wydarzeń, niezależnie od oficjalnych komunikatów rządowych. Media społecznościowe stały się przestrzenią walki o narrację, gdzie uczestnicy mogli przeciwdziałać rządowej dezinformacji i promować swoje postulaty.

Odpowiedzi na pytania badawcze potwierdzają, że wpływ mediów społecznościowych na przebieg i dynamikę protestów w Gezi Park był fundamentalny dla sukcesu tego ruchu. Umożliwiły one szybkie przekazywanie informacji, mobilizację szerokich grup ludzi oraz budowanie poczucia wspólnoty i solidarności wśród protestujących. Media społecznościowe, takie jak Twitter i Facebook, stały się kluczowymi źródłami informacji zarówno dla uczestników, jak i dla obserwatorów z zewnątrz, zwłaszcza w sytuacjach, gdy tradycyjne media zignorowały te wydarzenia lub przedstawiały je w sposób zniekształcony. Zidentyfikowane wzorce komunikacyjne pokazały, że media społecznościowe umożliwiały szybkie przekazywanie informacji, co było szczególnie istotne w warunkach ograniczonego dostępu do mediów tradycyjnych, kontrolowanych przez państwo.

Powtarzające się mechanizmy dotyczące wykorzystania mediów w kontekście rewolucji obejmowały przede wszystkim mobilizację społeczną za pośrednictwem Internetu. Szeroki dostęp do sieci pozwolił uczestnikom protestów na efektywną organizację działań, a także na szybkie rozpowszechnianie postów i materiałów wideo, które przyciągały kolejne grupy ludzi do ruchu. Hasztagi, takie jak #direngeziparki, stały się istotnym narzędziem mobilizacji, pozwalając na szybkie zjednoczenie różnych grup wokół wspólnego celu. Kolejnym istotnym mechanizmem było tworzenie alternatywnych narracji. W obliczu cenzury i medialnej blokady narzucanej przez rząd, media społecznościowe stanowiły platformę umożliwiającą przekazywanie nieocenzurowanych informacji oraz relacjonowanie wydarzeń przez uczestników. Pozwalało to protestującym kontrolować narrację oraz skutecznie przeciwdziałać dezinformacji rządowej, tworząc

autentyczne i wiarygodne przekazy, które trafiały do szerokiej publiczności, zarówno w kraju, jak i za granicą.

Kolejnym kluczowym mechanizmem było budowanie międzynarodowego wsparcia. Szybkie rozprzestrzenianie się informacji za pomocą mediów społecznościowych umożliwiło protestującym uzyskanie poparcia na skalę międzynarodową. Media oraz aktywiści na całym świecie reagowali na informacje docierające z Turcji, co wywierało dodatkową presję na rząd turecki. W ten sposób media społecznościowe umożliwiły globalizację protestów, łącząc różne ruchy społeczne i wspólnoty aktywistów na całym świecie, co miało znaczący wpływ na rozwój wydarzeń w Gezi Park.

Zakończenie

Główna hipoteza rozprawy zakłada, że współczesne rewolucje są znacząco kształtowane przez rozwój mediów, a ich przebieg jest coraz bardziej uzależniony od wpływu mediów społecznościowych. Osiągnięcie zakładanych celów rozprawy oraz odpowiedzi na sformułowane pytania badawcze w pełni umożliwiły pozytywne zweryfikowanie głównej hipotezy, jak i hipotez częściowych (H.1, H.2, H.3 i H.4).

Głównym celem dysertacji było zrozumienie i opisanie roli oraz wpływu mediów na współczesne rewolucje oraz zbadanie czy rewolucje ulegają procesowi mediatyzacji. Zamierzenie to zostało osiągnięte poprzez ukazania szerszego tła i podstawy teoretycznej obejmującej mediatyzację, media społecznościowe i rewolucje oraz analizy wybranych rewolucji, z naciskiem na procesy komunikacji społecznej realizowane za pośrednictwem mediów. W rozprawie wykazano, że media społecznościowe nie tylko relacjonują wydarzenia rewolucyjne, ale także aktywnie wpływają na ich przebieg i ich percepcję przez społeczeństwo, co potwierdziło hipotezę H.4. Tym samym dowiedziono, że rewolucje ulegają mediatyzacji, co weryfikuje pozytywnie hipotezę H.1.

Główny problem badawczy rozprawy dotyczył zidentyfikowania mechanizmów i skutków mediatyzacji współczesnych rewolucji, ze szczególnym uwzględnieniem roli nowych mediów w kształtowaniu przebiegu, percepcji oraz ostatecznego wyniku tych wydarzeń. Analiza tego problemu poprzez wieloaspektowe podejście badawcze pozwoliła na pozytywną weryfikację hipotez H.2 i H.3, wykazując, że media społecznościowe zdobywają główną pozycję w rewolucjach i że logika medialna determinuje ich funkcjonowanie. Dzięki temu możliwe było kompleksowe zrozumienie badanej problematyki i realizacja celu rozprawy.

Pierwszy cel, czyli zrozumienie dynamiki i kierunków zmian procesów mediatyzacji, służył bezpośrednio pozytywnej weryfikacji hipotezy H.1. Poprzez szczegółową analizę teoretyczną i empiryczną opisano mediatyzację jako meta-proces transformujący struktury komunikacyjne i społeczne. Przeanalizowano, jak rozwój nowych mediów, takich jak szybki Internet i media społecznościowe, zmienił dynamikę komunikacji i

interakcji społecznych, co potwierdziło intensyfikację wpływu mediatyzacji na rewolucje. Definicja mediatyzacji została przedstawiona jako długoterminowy proces, w ramach którego media stają się integralną częścią różnych sfer życia społecznego, kulturowego i politycznego. Przeanalizowano, w jaki sposób dostęp do szybkiego Internetu, rozwój telefonii komórkowej oraz pojawienie się mediów społecznościowych zmieniły dynamikę komunikacji i interakcji społecznych. Praca omawia różne etapy mediatyzacji oraz jej wpływ na różne aspekty życia – od polityki po życie prywatne i relacje międzyludzkie. Dzięki szczegółowym studiom przypadków pokazano, jak media ukształtowały współczesne debaty publiczne, procesy polityczne oraz tożsamość kulturową. W analizie podkreślono znaczenie nowych mediów, które sprzyjają powstawaniu globalnych społeczności oraz umożliwiają nieograniczoną komunikację i współpracę międzykulturową. W rozprawie dokonano także rozróżnienia między mediatyzacją a mediacją, co pozwala na głębsze zrozumienie specyfiki i konsekwencji procesów mediatyzacyjnych. Mediatyzacja została przedstawiona jako proces przekraczający prostą mediację komunikatów, prowadzący do zasadniczych zmian w strukturach i praktykach społecznych. Zaprezentowane badania i analizy potwierdzają, że proces mediatyzacji ma złożony, wielowymiarowy charakter, który znacząco wpływa na sposób, w jaki jednostki i społeczności interpretują rzeczywistość oraz uczestniczą w przestrzeni publicznej.

W odpowiedzi na powiązane z tym celem pytanie badawcze dotyczące kluczowych cech nowych mediów oraz ich wpływu na dynamikę i kierunki zmian w procesach mediatyzacji, należy podkreślić, że do najważniejszych cech tych mediów należą: wzajemne powiązanie, automatyzacja, indywidualny dostęp użytkowników, wariacja oraz transkodowanie. Te cechy fundamentalnie kształtują dynamikę mediatyzacji, co pozytywnie weryfikuje hipotezę H.3 o determinującym wpływie logiki medialnej na funkcjonowanie rewolucji. W pierwszej kolejności, wzajemne powiązanie (interaktywność) nowych mediów oznacza, że użytkownicy mogą nie tylko odbierać informacje, ale także aktywnie uczestniczyć w ich tworzeniu i dystrybucji. Ta interaktywność przyczynia się do demokratyzacji procesów komunikacyjnych, umożliwiając swobodną wymianę myśli i poglądów, co znacząco wpływa na struktury władzy i dynamikę ruchów społecznych. Wpływa to również na decentralizację informacji i ograniczenie monopolu tradycyjnych mediów. Zmienia to dynamikę mediatyzacji, ponieważ użytkownicy stają się aktywnymi współtwórcami treści, co przyspiesza mobilizację społeczną. Automatyzacja nowych mediów pozwala na mechaniczne przetwarzanie i personalizację treści, co bezpośrednio wpływa na sposób, w jaki jednostki konsumują informacje. Algorytmy

dostosowują treści do preferencji użytkowników, co sprzyja powstawaniu „baniak informacyjnych” i zmniejszeniu różnorodności perspektyw. To prowadzi do większej segmentacji publiczności i indywidualizacji przekazu, co wpływa na dynamikę mediatyzacji, tworząc zamknięte kręgi odbiorców, a także wzmacniając podziały społeczne i polityczne. Dostęp indywidualnych użytkowników przyczynia się do przyspieszenia procesów mediatyzacji, ponieważ każda jednostka, niezależnie od miejsca i czasu, ma możliwość pełnego dostępu do różnorodnych treści medialnych. Użytkownicy stają się nie tylko odbiorcami, ale także twórcami i dystrybutorami informacji. To zmienia dynamikę ruchów społecznych i politycznych, które stają się bardziej zdecentralizowane, nieprzewidywalne i spontaniczne. Wariacja (modularność) mediów umożliwia dynamiczne dostosowywanie treści do różnych formatów i odbiorców. Ta elastyczność przekłada się na wielokanałowość i globalizację procesów mediatyzacji. Treści mogą być równocześnie rozpowszechniane w różnych mediach, co zwiększa zasięg i oddziaływanie przekazu. Wzmacnia to globalny zasięg ruchów społecznych. Transkodowanie natomiast zmienia kierunki mediatyzacji, umożliwiając szybkie przekształcanie informacji między różnymi formatami medialnymi. Pozwala to na sprawne przekazywanie treści między różnymi platformami, co wspiera transnarodowy charakter współczesnych rewolucji i protestów. Informacje z mediów społecznościowych mogą być natychmiast przekształcane i rozpowszechniane w tradycyjnych mediach, co przyspiesza reakcje międzynarodowe i zwiększa globalny zasięg wydarzeń. Wszystkie te cechy nowych mediów zmieniają dynamikę i kierunki procesów mediatyzacji, w których media nie tylko dokumentują wydarzenia, ale aktywnie je współtworzą. Mediatyzacja staje się procesem dynamicznym, w którym media i społeczeństwo wzajemnie na siebie oddziałują, a technologia przyspiesza tempo zmian społecznych i politycznych.

Cel cząstkowy dotyczący wyjaśnienia pojęcia rewolucji, jej typów oraz teoretycznych ujęć tego zjawiska został osiągnięty poprzez kompleksową analizę literatury przedmiotu oraz przegląd kluczowych teorii i definicji rewolucji. W rozprawie zdefiniowano pojęcie rewolucji jako zasadniczą zmianę porządku społecznego, spowodowaną w krótkim okresie czasu przez masową zmianę w wyrażanych przez ludzi poglądach, której towarzyszy formalna lub informacyjna masowa mobilizacja i nieinstytucjonalne działania podważające istniejącą równowagę społeczną. Podkreślono, że rewolucja jest dynamicznym procesem, który przerywa ciągłość dotychczasowego porządku, wprowadzając znaczące transformacje społeczne. Omówiono różne typy rewolucji, w tym rewolucje polityczne, społeczne, kulturalne i technologiczne. W analizie szczególnie uwa-

gę poświęcono wielkim rewolucjom, takim jak rewolucja francuska i rosyjska, które przyniosły głębokie zmiany na wielu płaszczyznach. Wskazano także na rewolucje inicjowane przez elity społeczne oraz te, które wyrastają z dążeń i niezadowolenia niższych klas społecznych. Rozprawa zawiera także przegląd teoretycznych ujęć rewolucji w historii i współczesności. Przedstawiono koncepcje różnych teoretyków, którzy podkreślają różnorodne aspekty rewolucji, od gwałtownych zakłóceń cywilnych po radykalne zmiany w wartościach społecznych i strukturach politycznych. Praca podkreśla znaczenie kontekstu historycznego i społecznego w kształtowaniu przebiegu rewolucji, zwracając uwagę na dynamiczną i nieprzewidywalną naturę tych procesów. W analizie teoretycznej uwzględniono również współczesne podejścia do rewolucji, które integrują tradycje historiozoficzne i socjologiczne, oferując holistyczne spojrzenie na to zjawisko.

Cel częściowy, dotyczący zrozumienia roli mediów w rewolucjach od 1640 roku do dziś oraz zmieniającej się roli mediów wraz z postępem technologicznym, pozwolił na pozytywną weryfikację hipotezy H.2. Został on zrealizowany poprzez szczegółową analizę historyczną i porównawczą, obejmującą różne okresy i rodzaje mediów. W rozprawie przedstawiono, jak media kształtowały rewolucje na przestrzeni wieków. Analiza rozpoczęła się od rewolucji angielskiej w 1640 roku, kiedy to prasa zaczęła odgrywać znaczącą rolę w relacjonowaniu wydarzeń i mobilizowaniu opinii publicznej. Rewolucja amerykańska z 1775 roku ukazała, w jaki sposób gazety były wykorzystywane do podsycania buntu i budowania lojalności wobec sprawy rewolucyjnej. W późniejszych okresach, takich jak rewolucja październikowa w Rosji w 1917 roku, bolszewicy skutecznie używali prasy i radia do propagandy i umacniania władzy. Rewolucja kubańska (1953-1959) oraz rewolucja filipińska z 1986 roku z kolei pokazały znaczenie radia i telewizji w mobilizacji mas i kształtowaniu wydarzeń rewolucyjnych. Część pracy poświęcona współczesnym rewolucjom podkreśliła rosnącą rolę mediów społecznościowych. Zielona rewolucja w Iranie w 2009 roku i pomarańczowa rewolucja w Ukrainie w 2004 roku są przykładami na to, że platformy takie jak Twitter i Facebook były kluczowe w organizacji demonstracji i przekazywaniu informacji mimo cenzury rządowej. Podczas protestów w parku Gezi w 2013 roku media społecznościowe umożliwiły szybkie mobilizowanie uczestników i obejście tradycyjnych kanałów informacyjnych.

Media odgrywają istotną rolę w rewolucjach na wielu płaszczyznach. Przede wszystkim są narzędziem mobilizacji społecznej. Zarówno tradycyjne, jak i nowoczesne formy mediów, jak prasa, radio, telewizja oraz media społecznościowe, przyczyniają się do organizowania protestów i rozpowszechniania idei rewolucyjnych. W historii wiele

ruchów rewolucyjnych opierało się na mediach, które odgrywały kluczową rolę w mobilizacji społeczeństwa – prasa drukowana była ważnym źródłem informacji w rewolucji angielskiej i amerykańskiej, podczas gdy radio miało fundamentalne znaczenie w rewolucji kubańskiej. Współczesne protesty, jak pomarańczowa rewolucja na Ukrainie czy jaśminowa rewolucja w Tunezji, wykorzystują media społecznościowe do organizowania masowych demonstracji i koordynowania działań. Poza mobilizacją, media wpływają na opinię publiczną, dostarczając informacji i komentarzy na temat bieżących wydarzeń. Prasa w rewolucji francuskiej i amerykańskiej odegrała kluczową rolę w budowaniu poparcia dla zmian politycznych. Podobną funkcję pełniły media społecznościowe podczas protestów w Iranie czy na Filipinach, kiedy pomagały jednoczyć ludzi wokół idei wolności i demokracji, a także informowały świat o sytuacji w kraju, przyciągając międzynarodową uwagę. Kolejnym ważnym aspektem jest wykorzystywanie mediów przez rewolucyjne rządy do szerzenia propagandy i utrwalania swojej władzy. Przykładem są bolszewicy podczas rewolucji październikowej, którzy skutecznie używali prasy do zdobywania poparcia społecznego, oraz Fidel Castro, który wykorzystywał radio do szerzenia idei rewolucji kubańskiej. Media, zwłaszcza społecznościowe, odgrywają również rolę w omijaniu cenzury rządowej, umożliwiając dostarczanie niezależnych informacji. Przykłady to zielona rewolucja w Iranie oraz protesty w Mołdawii, gdzie aktywiści używali platform takich jak Twitter i Facebook, aby relacjonować wydarzenia i koordynować protesty. Nie można zapomnieć o wpływie mediów na międzynarodową percepcję rewolucji. Globalny zasięg mediów, w tym społecznościowych, przyczynia się do mobilizacji międzynarodowej opinii publicznej i instytucji. Media międzynarodowe odgrywały ważną rolę w rewolucji na Filipinach, gdzie zwróciły uwagę na nadużycia reżimu Marcosa, a także podczas Arabskiej Wiosny, kiedy przyciągnęły globalne wsparcie dla ruchów opozycyjnych. Media mogą również tworzyć symbole rewolucji, które inspirują ludzi do walki. Historia Mohameda Bouaziziego, którego samospalenie zapoczątkowało Arabską Wiosnę, stała się symbolem oporu, a jego tragiczna śmierć była szeroko relacjonowana w mediach, zarówno tradycyjnych, jak i społecznościowych. W podobny sposób media promowały bohaterów rewolucji kubańskiej, jak Fidel Castro czy Che Guevara, tworząc ich wizerunki, które jednoczyły społeczeństwo wokół idei rewolucji. Współczesne media często stają się również areną walki informacyjnej, gdzie dezinformacja i kontrnarracje mogą destabilizować rewolucje lub manipulować postrzeganiem ruchów przez społeczeństwo. Rządy często wykorzystują media do szerzenia propagandy, aby osłabić rewolucje, jak to miało miejsce podczas zielonej

rewolucji w Iranie, gdzie protestujący byli przedstawiani jako zagraniczni agenci, lub podczas zamieszek w Gezi Park w Turcji, gdzie rząd przedstawiał protestujących jako zagrożenie dla porządku publicznego. Analiza wykazała, że wraz z postępem technologicznym zmieniała się funkcja mediów. Tradycyjne media drukowane i elektroniczne ustępowały miejsca nowoczesnym mediom społecznościowym, które oferują nowe możliwości organizacji i mobilizacji społecznej. Media społecznościowe stały się głównym narzędziem komunikacji podczas współczesnych rewolucji, umożliwiając szybkie i szerokie rozpowszechnianie informacji.

Przeprowadzone badania nad protestami w Gezi Park w 2013 roku, realizujące cel dotyczący wpływu nowoczesnych technologii medialnych, pozytywnie zweryfikowały hipotezy H.2 i H.4. Odpowiedź na powiązane z nim pytanie badawcze została uzyskana poprzez szczegółową analizę i badania empiryczne skoncentrowane na roli mediów społecznościowych w organizacji i mobilizacji protestów. W rozprawie wykazano, że media społecznościowe odegrały kluczową rolę w mobilizacji i organizacji działań protestacyjnych. Protestujący w parku Gezi wykorzystali platformy takie jak Twitter, Facebook i YouTube do szybkiego rozpowszechniania informacji, organizowania zgromadzeń i koordynowania działań w czasie rzeczywistym. Analiza treści tweetów i innych form komunikacji w mediach społecznościowych wykazała, że media te były nie tylko źródłem informacji, ale także narzędziem do mobilizacji społecznej i tworzenia narracji emocjonalnych, które wzmacniały solidarność wśród protestujących. Badania ilościowe i jakościowe tweetów ukazały, jak dominujące tematy i emocje były kształtowane przez użytkowników mediów społecznościowych, co miało bezpośredni wpływ na percepcję protestów zarówno na poziomie lokalnym, jak i globalnym. Media społecznościowe pozwoliły na obejście cenzury tradycyjnych mediów, umożliwiając publikowanie zdjęć i filmów bezpośrednio z miejsca wydarzeń, co zwiększało świadomość i wsparcie międzynarodowe. W rozprawie wykazano również, że nowe technologie medialne przekształciły tradycyjne podejście do rewolucji, czyniąc je bardziej zdecentralizowanymi i globalnymi. Media społecznościowe stały się aktywnym uczestnikiem w kształtowaniu współczesnych ruchów rewolucyjnych, co podkreśla ich rosnącą rolę w mobilizacji społecznej i kreowaniu narracji rewolucyjnych.

Cel cząstkowy i powiązane z nim pytanie badawcze obejmujące próby identyfikacji powtarzających się mechanizmów dotyczących wykorzystania mediów w rewolucjach oraz sformułowania ogólnych praw w obszarze potencjalnego wpływu mediów na przebieg rewolucji został osiągnięty poprzez dogłębną analizę historyczną i porównawczą,

obejmującą różne rewolucje i etapy technologicznego rozwoju mediów. Dzięki temu możliwe było określenie powtarzających się mechanizmów oraz sformułowanie ogólnych reguł dotyczących wpływu mediów, co pozwoliło na pozytywną weryfikację hipotezy H.3.

W rozprawie zidentyfikowano kilka kluczowych mechanizmów wykorzystywania mediów w rewolucjach:

1. Mobilizacja społeczna. Media odgrywają kluczową rolę w mobilizacji uczestników rewolucji, umożliwiając szybką dystrybucję informacji i organizację protestów. Przykładem tego jest wykorzystanie mediów społecznościowych podczas protestów w parku Gezi w 2013 roku, gdzie platformy takie jak Twitter i Facebook umożliwiły szybkie zwoływanie demonstracji i koordynację działań.
2. Kształtowanie opinii publicznej. Media wpływają na postrzeganie rewolucji przez społeczeństwo na poziomie zarówno lokalnym, jak i globalnym. Analiza przypadków pokazuje, że media mogą zarówno wzmacniać, jak i tłumić działania rewolucyjne poprzez odpowiednie przedstawianie wydarzeń.
3. Obejście cenzury. Nowoczesne media, szczególnie media społecznościowe, umożliwiają omijanie tradycyjnych form cenzury. W kontekście rewolucji, takich jak Arabska Wiosna, media te pozwoliły na swobodną komunikację i rozpowszechnianie informacji mimo restrykcji narzuconych przez rządy.
4. Tworzenie narracji emocjonalnych. Media mają zdolność do tworzenia silnych narracji emocjonalnych, które wzmacniają solidarność wśród uczestników ruchów rewolucyjnych. Przykłady historyczne, takie jak rewolucja francuska czy rosyjska, pokazują, że prasa i literatura rewolucyjna miały istotny wpływ na kształtowanie nastrojów rewolucyjnych.
5. Eskalacja i nagłośnienie. Media mogą zarówno przyspieszać eskalację konfliktów rewolucyjnych, jak i tłumić ich rozwój, w zależności od sposobu przedstawiania informacji. Te mechanizmy zostały szczegółowo opisane w kontekście rewolucji filipińskiej z 1985 roku.
6. Globalna świadomość. W dobie globalizacji media mają zdolność do przenoszenia lokalnych rewolucji na arenę międzynarodową, co może prowadzić do uzyskania globalnego wsparcia lub nacisku na rządy.
7. Ewolucja technologiczna. Postęp technologiczny w mediach wpływa na organizację rewolucji, umożliwiając bardziej zaawansowane formy koordynacji i mobilizacji.

Na podstawie przeprowadzonych badań oraz zidentyfikowanych kluczowych mechanizmów działania mediów w rewolucjach, można sformułować ogólne zasady dotyczące ich potencjalnego wpływu na przebieg tych wydarzeń. Prawa wpływu mediów na przebieg rewolucji:

1. Zasada społecznej aktywizacji. Media, szczególnie media społecznościowe, odgrywają kluczową rolę w organizacji i mobilizacji społeczeństwa w okresie rewolucyjnym. Dzięki możliwości natychmiastowego przekazu informacji i koordynacji działań, media te umożliwiają szybkie reagowanie na zmieniające się okoliczności, co jest niezbędne dla skutecznych działań rewolucyjnych.
2. Zasada kształtowania percepcji. Media mają potężny wpływ na to, jak społeczeństwo postrzega wydarzenia rewolucyjne. Sposób, w jaki media przedstawiają informacje, może zarówno wzmocnić, jak i osłabić ruchy rewolucyjne. Wpływają one na świadomość społeczną oraz na ogólne nastroje, co może decydować o sukcesie lub niepowodzeniu rewolucji.
3. Zasada swobodnego przepływu informacji. Nowoczesne media umożliwiają obejście tradycyjnych form cenzury, co pozwala na swobodną komunikację i wymianę informacji. Dzięki temu, uczestnicy ruchów rewolucyjnych mogą skuteczniej organizować swoje działania i przekazywać swoje przesłanie szerokiemu gronu odbiorców, mimo prób ich ograniczenia przez władze.
4. Zasada wzmacniania więzi emocjonalnych. Media mają zdolność tworzenia silnych, emocjonalnych narracji, które budują solidarność i wspólnotę wśród uczestników ruchów rewolucyjnych. Poprzez ukazywanie osobistych historii i dramatów związanych z rewolucją, media mogą mobilizować ludzi do działania i wzmacniać ich determinację.
5. Zasada wpływu na dynamikę wydarzeń. Media mogą przyczyniać się zarówno do eskalacji, jak i deeskalacji konfliktów rewolucyjnych. Poprzez selektywne nagłaśnianie określonych aspektów rewolucji, mogą one zwiększać intensywność protestów lub działać w kierunku ich stłumienia. Media mogą zatem odgrywać rolę katalizatora lub stabilizatora w dynamicznych sytuacjach rewolucyjnych.
6. Zasada globalnej świadomości. Media, zwłaszcza w dobie globalizacji, mają zdolność przenoszenia lokalnych rewolucji na arenę międzynarodową. Poprzez międzynarodowe reportaże i transmisje, media mogą przyciągać globalne

wsparcie i uwagę, co może prowadzić do międzynarodowej presji na rządy i wpływać na polityczne decyzje.

7. Zasada technologicznej ewolucji. Postęp technologiczny w dziedzinie mediów nieustannie zmienia sposób, w jaki rewolucje są organizowane i przeprowadzane. Nowe technologie komunikacyjne umożliwiają bardziej zaawansowane metody koordynacji, planowania i mobilizacji, co może znacząco wpłynąć na efektywność ruchów rewolucyjnych.

Obecni logika medialna kształtuje narrację rewolucji. Media mają zdolność selekcji i priorytetyzacji informacji, co wpływa na to, jakie aspekty zdarzeń są najbardziej eksponowane i jakie emocje są wzmacniane w odbiorcach. Media społecznościowe, pozwalają na tworzenie i rozpowszechnianie narracji, które mogą mobilizować społeczeństwo i zyskiwać międzynarodowe wsparcie. Narracje te mogą kreować bohaterów, demonizować przeciwników oraz przedstawiać wydarzenia w sposób, który rezonuje z globalną publicznością.

Zmediatyzowanie rewolucji oznacza również, że media społecznościowe i tradycyjne stały się nieodłącznym narzędziem mobilizacji i organizacji. Logika medialna, polegająca na szybkości przekazu i szerokim zasięgu, pozwala na błyskawiczną mobilizację mas. Media społecznościowe umożliwiają koordynację działań na niespotykaną dotąd skalę, dzięki czemu protestujący mogą szybko reagować na zmieniające się warunki i strategię rządu.

Logika medialna wpływa również na zmienność strategii rewolucyjnych. Tradycyjne formy protestów takie jak demonstracje uliczne, są obecnie uzupełniane przez działania w przestrzeni wirtualnej. Protestujący wykorzystują media społecznościowe do organizowania wirtualnych kampanii, petycji online i cyfrowych form oporu. Takie działania mogą być równie skuteczne jak tradycyjne metody, a często są mniej narażone na represje ze strony władz.

Mediatyzacja rewolucji ma również znaczący wpływ na ich globalną percepcję. Media społecznościowe umożliwiają natychmiastowe rozpowszechnianie informacji na całym świecie, co może przyciągać międzynarodową uwagę i wsparcie. Globalne media, pod wpływem treści generowanych w mediach społecznościowych, mogą kształtować międzynarodową opinię publiczną i wywierać presję na rządy.

Tradycyjne media, takie jak prasa, radio czy telewizja, pełniły niegdyś kluczową rolę w przekazywaniu informacji o wydarzeniach, jednak ich skuteczność była ograniczona przez czas, przestrzeń oraz możliwość kontroli i cenzury ze strony rządów. Te ogra-

niczenia sprawiły, że odbiorcy często mieli dostęp do zniekształconych lub opóźnionych informacji, co wpływało na sposób, w jaki postrzegali wydarzenia. Wraz z rozwojem technologii i pojawieniem się mediów społecznościowych, ta dynamika uległa radykalnej zmianie. Media społecznościowe oferują możliwość natychmiastowego, globalnego przekazywania informacji, co pozwala uczestnikom rewolucji relacjonować wydarzenia w czasie rzeczywistym, bez konieczności korzystania z pośrednictwa tradycyjnych mediów.

Media społecznościowe, takie jak Twitter, Facebook czy YouTube, pełnią kluczową funkcję w dokumentowaniu oraz przekazywaniu bieżących informacji o rewolucjach, stając się głównym źródłem wiedzy dla szerokiego grona odbiorców. Dzięki swojej natychmiastowej, globalnej dostępności, umożliwiają nie tylko rejestrowanie wydarzeń, ale także tworzenie relacji bezpośrednio przez uczestników, co znacznie ogranicza możliwość manipulacji informacjami przez tradycyjne media lub władze państwowe. Te platformy medialne mają unikalną zdolność przekazywania surowych, nieedytowanych materiałów, często w czasie rzeczywistym, co umożliwia odbiorcom śledzenie rozwoju sytuacji niemalże na żywo. Relacjonowanie wydarzeń przez uczestników, którzy dzielą się swoimi doświadczeniami z miejsca akcji, tworzy wyjątkowy rodzaj narracji – jest to perspektywa „z pierwszej ręki”, autentyczna, niefiltrowana przez oficjalne kanały komunikacyjne. Jednym z głównych atutów mediów społecznościowych w kontekście rewolucji jest ich dostępność i interaktywność. Użytkownicy mogą natychmiast reagować na opublikowane informacje, dzielić się nimi, komentować i dyskutować, co pozwala na szybkie rozprzestrzenianie się wiadomości i idei. To interaktywne środowisko wzmacnia efekt relacjonowania, gdyż każda nowa informacja może być natychmiastowo szeroko rozpowszechniona, co daje możliwość realnego wpływu na postrzeganie wydarzeń przez lokalne i globalne społeczności. Media społecznościowe również niwelują bariery geograficzne i cenzorskie, które niegdyś były istotnymi ograniczeniami dla tradycyjnych mediów. Nawet w obliczu ograniczeń dostępu do mediów lub prób blokowania Internetu przez władze, użytkownicy znajdują alternatywne sposoby na publikowanie informacji, np. korzystając z sieci VPN czy komunikatorów szyfrowanych. Dzięki temu, nawet w najbardziej represyjnych reżimach, media społecznościowe stają się niezawodnym narzędziem relacjonowania bieżących wydarzeń. Podsumowując, media społecznościowe stały się kluczowym kanałem informacyjnym do dokumentowania i relacjonowania rewolucji. Dzięki swojej powszechnej dostępności i możliwości natychmiastowego reagowania, pozwalają one na szerokie rozpowszechnianie informa-

cji. Coraz szybciej stają się podstawowym źródłem wiedzy dla społeczeństwa na temat przebiegu rewolucji.

Zakończenie rozprawy koncentruje się na zrozumieniu roli mediów w kształtowaniu współczesnych rewolucji. Praca wykazała, że media nie tylko relacjonują wydarzenia rewolucyjne, ale aktywnie wpływają na ich przebieg i odbiór społeczny. Szczególnie media społecznościowe odgrywają kluczową rolę w mobilizacji uczestników, organizacji działań oraz kształtowaniu opinii publicznej, co sprawia, że współczesne rewolucje są zmediatyzowane.

Warto w tym kontekście przywołać koncepcję „choreografii zgromadzenia”⁷⁶⁰ wprowadzoną przez Paolo Gerbaudo, która odnosi się do symbolicznej konstrukcji przestrzeni publicznej, kierującej fizycznym gromadzeniem się aktywistów. Media społecznościowe, tworząc cyfrowe przestrzenie interakcji, umożliwiają planowanie i koordynację działań protestacyjnych, wpływając jednocześnie na to, jak przestrzeń publiczna jest postrzegana i wykorzystywana przez uczestników rewolucji. Dzięki temu media nie tylko informują, ale także kształtują fizyczne manifestacje sprzeciwu.

Analizując przypadki rewolucji z różnych okresów historycznych, można dostrzec ewolucję funkcji mediów – od prasy i radia po współczesne platformy cyfrowe. Współczesne media społecznościowe, takie jak Twitter czy Facebook, stały się głównymi narzędziami organizacji protestów, umożliwiając szybkie rozpowszechnianie informacji i koordynację działań. Platformy te umożliwiają także omijanie tradycyjnej cenzury i dostarczanie treści bezpośrednio od uczestników wydarzeń.

Rozprawa wykazuje, że media społecznościowe nie tylko dokumentują przebieg rewolucji, ale stają się aktywnym uczestnikiem tych wydarzeń, kreując narracje emocjonalne, które jednoczą protestujących i przyciągają uwagę międzynarodową. Ich wpływ jest widoczny na każdym etapie rewolucji – od inicjacji, przez mobilizację, aż po zakończenie. Technologia i logika mediów społecznościowych determinują sposób, w jaki te ruchy społeczne są organizowane i jak są postrzegane na świecie.

Ostatecznie, praca potwierdza, że mediatyzacja rewolucji jest dynamicznym procesem, w którym media i społeczeństwo wzajemnie na siebie oddziałują, a współczesne rewolucje są nierozzerwalnie związane z nowoczesnymi mediami. Media te mają decy-

⁷⁶⁰ P. Gerbaudo, *Tweets and the Streets. Social Media and Contemporary Activism*, Pluto Press, London, 2012, s. 5.

dujący wpływ na przebieg rewolucji, a ich globalny zasięg i szybkość reakcji sprawiają, że odgrywają one kluczową rolę w kształtowaniu współczesnych wydarzeń politycznych i społecznych.

Bibliografia

1. Aarts P., van Dijke P., Kolman I., Statema J., Dahhan G., *From Resilience to revolt: „Making sense to the Arab Spring*, Wetenschappelijk Onderzoek- en Documentatiecentrum”, Amsterdam, 2012
2. Adamski A., *Media w analogowym i cyfrowym świecie*, Dom Wydawniczy Elipsa, Warszawa 2012
3. Adolf M.T., *The identity of Mediatization: Theorizing a Dynamic Field*, [w:] *Dynamics of Mediatization*, Driessens O., Bolin G., Hepp A., Hjarvard S. (red.), Palgrave Macmillan, Londyn, 2017
4. Ahmad A.N., *Is Twitter a useful tool for journalists?*, „Journal of Media Practice”, vol. 11 nr 2, 2010
5. Akser M., Baybars-Hawks B., *Media and democracy in Turkey: Toward a model of neoliberal media autocracy*, „Middle East Journal of Culture and Communication”, nr 5, 2012
6. Aktay Y., *Gezi Parkı Etrafında Yaşanan Toplumsal Olaylara İlişkin İzleme ve Değerlendirme Raporu*, „Stratejik Düşünce Enstitüsü”, 2013
7. Alalykin-Izvekov V., Satkiewicz S., *From Brinton to Goldstone: A Scientific Civilizational Perspective on The Theory Of Revolution*, „Comparative Civilizations Review”, Vol. 71, nr 71, 2014
8. Albertus M., *Explaining Patterns of Redistribution Under Autocracy: The Case of Peru’s Revolution from Above*, „Latin American Research Review”, vol. 50, nr 2, 2013
9. Allyn D., *Make Love, Not War: The Sexual Revolution*, Taylor & Francis, Nowy Jork, 2001
10. Alqvist T., Bäck A., Halonen M., *Social Media Roadmaps*, VTT, Helsinki 2008
11. al-Sharekh A., *Reform and Rebirth in the Middle East*, „Survival”, nr 53(2), 2011
12. Altheide D.L., Snow R.P., *Media logic*, Sage Publications, Beverly Hills, 1979
13. Ampuja M., Koivisto J., Vaeliverronen E., *Strong and Weak Forms of Mediatization Theory. A Critical Review*, „Nordicom Review”, nr 35 Special issue, 2014
14. Angrist M., *Understanding the Success of Mass Civic Protest in Tunisia*, „The Middle East Journal”, Vol. 67 No. 4, 2013
15. Annusewicz O., *Twitter jako przestrzeń autoprezentacji politycznej. Zarządzanie wizerunkiem polityka w mediach społecznościowych*, „Studia Politologiczne”, nr 45, 2017
16. Aptacy P., *Kulturowe przestrzenie Internetu*, „Opcje”, Nr 3 / 4, 2001
17. Arslan B., Arslan E., Sezer B. S., Sezer T., *TAKSIM GEZI PARK PROTESTS, PUBLIC SPHERE AND NEW MEDIA (TURKISH, ENGLISH, AMERICAN, FRENCH AND GERMAN PRESS SAMPLE)*, „Conference: 12th International Communication in the Millenium Symposiums: Anadolu University”, Eskişehir, Volume: 12, 2014
18. Ashgar H.M., *Measuring Information Seeking through Facebook: Scale development and initial evidence of Information Seeking in Facebook Scale (ISFS)*, „Computers in Human Behavior”, vol. 52, 2015
19. Asp K., *Måktiga massmedier: Studier i politisk opinionsbildning*, Akademilitteratur, Stockholm, 1986
20. Asp K., *Medialization, Media Logic and Mediarchy*, „Nordicom Review”, nr 11, 1990
21. Ayari M., Geisser V., Krefa A., *Chronique d’une révolution (presque) annoncée*, „L’Année du Maghreb”, No. VII, 2011
22. Bäcker R., *Metodologia badań politologicznych*, Polskie Towarzystwo Nauk Politycznych, Warszawa 2016

23. Balbi G., John R. R., *Point-to-Point: Telecommunications Networks from the Optical Telegraph to the Mobile Telephone*, „Communication and Technology”, 5th volume of the Handbook of Communication Science, 2014
24. Balon M., *The role of Twitter in the first week of Ferguson unrests*, „Social Communication”, Volume 1, 2018
25. Bandera S., *The role of the Internet and Ukraine's 2004 Presidential elections*, „Development Associates”, Strengthening Electoral Administration in Ukraine Project, Kijów, 2006
26. Baris R., *The Turkish media landscape*, [w:] *European media governance: National and regional dimensions*, G. Terzis (red.), Intellect Books, Bristol, 2007
27. Barlow W., *Rebel Airways: Radio and revolution in Latin America*, *The Howard Journal of Communications*, Vol. 2, No. 2, 1990
28. Bashiri M., Netzley S., Greiner A., *Facebook revolutions: Transitions in the Arab world, transitions in media coverage? A comparative analysis of CNN and Al Jazeera English's online coverage of the Tunisian and Egyptian revolutions*, „Journal of Arab and Muslim Media Research”, nr 5(1), 2012
29. Bauer Z., *Dziennikarstwo wobec nowych mediów*, Wyd. Universitas, Kraków 2009
30. Beebe G.S., *The Russia Trap. How our Shadow War with Russia Could Spiral into Catastrophe (and how to Stop it)*, Thomas Dune Books, Nowy Jork, 2019
31. Belrose J. S., *A Fessenden Christmas Eve Broadcast Retrospective*, „IEEE Antennas and Propagation Magazine” nr 54(4), 2012
32. Berdyaev, *The Philosophy of Inequality: Letters to my Contemner, Concerning Social Philosophy*, Frsj Publications, Mohrsville, 2015
33. Bilgiç E. E., Z. Kafkaslı, *GENCİM, ÖZGÜRLÜKÇÜYÜM, NE İSTİYORUM? #direngeziparkı Anketi Sonuç Raporu*, „İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları”, 2013
34. Binark, *Sosyal Medyanın Gücü Geleneksel Medyanın Aczi: #direngeziparkı*, „Alternatif Bilişim Derneği Analizi”, 2013
35. Blumer H., *What is wrong with social theory?*, „American Sociological Review”, nr 19, 1954
36. Boksański Z., *Indywidualizm w późnej nowoczesności*, „Civitas Hominibus: rocznik filozoficzno-społeczny”, nr 3, 2008
37. Bonilla Y., Rosa J., *#Ferguson: Digital protest hashtag ethnography, and the racial politics of social media in the United States*, „American Ethnologist”, vol. 42, issue 1, 2015
38. Bonini T., *Twitter or Radio Revolutions? The Central Role of Açık Radyo in the Gezi Protests of 2013*, „Westminster Papers in Communication and Culture”, nr 12(2), 2017
39. Bösch F., *Mass Media and Historical Change*, Berghahn, Oxford, 2015
40. Boyd D. M., Ellison N. B., *Social network sites: Definition, history, and scholarship*, „Journal of computer-mediated Communication”, nr 13.1, 2007
41. Briggs A., Burke P., *A Social History of the Media*, Polity, Cambridge, 2009
42. Brinton C., *Anatomy of Revolution*, Vintage, Nowy Jork 1965
43. Brooks J., *Pravda and the Language of Power in Soviet Russia 1917–28*, [w:] *Media and Revolution*, J.D. Popkin (red.), The University Press of Kentucky, Lexington, 1995
44. Brucato B., *The Crisis and a Way Forward: What We Can Learn from Occupy Wall Street*, „Humanity & Society”, Nr 36.1, 2012
45. Brucato, *The Crisis and a Way Forward: What We Can Learn from Occupy Wall Street*, „Humanity & Society”, Vol. 36(1), 2012
46. Bryła M., Stegienta G., Maniecka-Bryła I., *Internet jako źródło informacji o zdrowiu publicznym. Cz. I. Geneza i historia Internetu*, „Zdrowie Publiczne”, Vol. 119, nr 3, 2009
47. Bullock A., Stallybras O. (red.), *The Fontana Dictionary of Modern Thought*, Fontana Books, Londyn, 1977
48. Butnik-Sivierski, *Sovetskii plakat epokhi grazhdanskoi voiny, 1918-1921*, Moskwa, 1960
49. Caciulan D.A., *Social Network Sites as a virtual community – Can SNSs replace the organic communities*, „Romanian Journal of Cognitive Behavioral Therapy and Hypnosis”, vol. 4 issue 3-4, 2017

50. Celik R. A., *Gezi Park Protests in United States Major Newspapers: Content Analysis of Gezi Park Protests in The New York Times and The Washington Post*, City University of New York, Hunter College, 2013
51. Chadwick B., *George Washington's War: The Forging of a Revolutionary Leader and the American Presidency*, Sourcebooks Inc., Naperville IL, 2004
52. Chalimoniuk D., *Rozwój Internetu jako szansa dla przedsiębiorców*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Przyrodniczo-Humanistycznego w Siedlcach”. Seria: Administracja i Zarządzanie, nr 15, 2011
53. Chodak J., *Teorie rewolucji w naukach społecznych*, Wyd. UMCS, Lublin 2012
54. Chodak J., *Walka bez przemocy w strategii ruchów rewolucyjnych na przełomie XX i XXI wieku*, [w:] *Opór-Protest-Wykroczenie*, J. Wach, Ł. Janicki (red.), UMCS, Lublin, 2015
55. Christensen M., *Notes on the public sphere on a national and post-national axis: Journalism and freedom of expression in Turkey*, „Global Media and Communication”, nr 6 (2), 2010
56. Christiansen J., *Four Stages of Social Movements, Theories of Social Movements*, Salem Press New Jersey, 2011
57. Ciesiołka A., *YouTube jako nowe źródło wiedzy*, „Neodiagrama”, nr 36/37, 2018
58. Clark E., *Social Movement & Social Media: A qualitative study of Occupy Wall Street*, Södertörn University, School of Culture and Communication, Sztokholm 2012
59. Clark S., *The Elizabethan Pamphleteers: Popular Moralistic Pamphlets 1580-1640*, Athlone Press Limited, Londyn, 1941
60. Conboy M., *Journalism. A Critical History*, SAGE Publications, Londyn, 2004
61. Constanza-Chock S., *Mic Check! Media Cultures and the Occupy Movement*, „Social Movement Studies: Journal of Social, Cultural and Political Protest”, 11(3-4), 2012
62. Cook T., *Governing with the news: The news media as a political institution*, University of Chicago Press, Chicago, 2005
63. Couldry N., *Media, Society, World: Social Theory and Digital Media Practice*, Polity, Cambridge, 2012
64. Couldry N., Hepp A., *Conceptualizing mediatization: context, traditions, arguments*. „Communication Theory”, nr 23, Oxford 2013
65. Couldry N., Hepp A., *Mediated construction of reality*, Polity Press, Cambridge / Malden, 2017
66. Czechowska-Derkacz B., Lusińska A., *Twitter jako narzędzie komunikacji uczelni*, „Polityka i Społeczeństwo”, nr 2 (21), 2023, s. 20-32
67. Davies J.C., *Toward a Theory of Revolution*, „American Sociological Review”, nr 27, 1962
68. De Kerckhove D., *Inteligencja otwarta. Narodziny społeczeństwa sieciowego*, Wydawnictwo Mi-kom, Warszawa 2001
69. Deacon D., Stanyer J., *Mediatization: Key concept or conceptual bandwagon?* „Media, Culture and Society”, Londyn 2014
70. Demes P., Forbrig J., *Pora – „It's Time” for Democracy in Ukraine*, [w:] *Revolution in orange: The origins of Ukraine's democratic breakthrough*, A. Aslund, M. McFaul (red.). Carnegie Endowment for International Peace, Waszyngton, 2006
71. Deutsch K., *External involvement in internal wars*, [w:] *Internal war: problems and approaches*, Eckstein H (red.), Free Press of Glencoe, New York, 1964
72. DiMicco J.M., Millen D.R., *Identity management: Multiple presentations of self in Facebook*, Proceedings of the 2007 ACM International Conference on Supporting Group Work, 2007
73. Dix R. H., *Varieties of Revolution*, „Comparative Politics”, nr 15, 1983
74. Dobrenko V., *The Image of the Enemy in Bolshevik Political Posters During the October Revolution and Civil War*, „Revue Belge de Philologie Et D'Historie” nr 87 (3), 2009
75. Doree J., *RSS: A Brief Introduction*, „Journal of Manual & Manipulative Therapy”, nr 15(1), 2007
76. Drelich S., *Historiozoficzna interpretacja rewolucji październikowej w myśli społeczno-politycznej Slavoj Žižka*, „Studia z Dziejów Rosji i Europy Środkowo-Wschodniej”, vol. 57, nr 2, 2022
77. Driessens O., Hjarvard S., *Introduction: Situating Dynamics of Mediatization*, [w:] *Dynamics of Mediatization*, Driessens O., Bolin G., Hepp A., Hjarvard S. (red.), Palgrave Macmillan, Londyn, 2017

78. Edwards L. P., *The Natural History of Revolution*, University of Chicago of Chicago Press, Chicago, 1927
79. Ertem, *Gezi Uprising. Performative Democracy and Politics of the Body in an Extended Space of Appearance*, [w:] *Media Practices, Social Movements, and Performativity*, M. Lünenborg (red.), Routledge, 2018
80. Eskjaer M.F., Hjarvard S., Mortensen M., *Three Dynamics of Mediatized Conflicts*, [w:] *The Dynamics of Mediatized Conflicts*, Eskjaer M.F., Hjarvard S., Mortensen M. (red.), Peter Lang, Nowy Jork, 2015
81. Esser F., Stromback J., *Introduction. Making sense of the mediatization of politics*, „Journalism Studies”, nr 15:3, 2014
82. Fairchild H.P., *Dictionary of Sociological and Related Sciences*, Littlefield, Totowa NJ, 1966
83. Farra N., Nakov P., Rosenthal S., *SemEval-2017 Task 4: Sentiment Analysis in Twitter*, „Proceedings of the 11th International Workshop on Semantic Evaluation (SemEval-2017)”, Vancouver, „Association for Computational Linguistics”, 2017
84. Farro A. L., Demirhisar D. G., *The Gezi Park movement: a Turkish experience of the twenty-first-century collective movements*, „International Review of Sociology”, nr 24.1, 2014
85. Farro A. L., Lustiger-Thaler H., Toscano E., *Reimagining social movements: From collectives to individuals*, Ashgate Publishing Ltd., Surrey, 2014
86. Finkel, *Who guards the Turkish Press? A perspective on press corruption in Turkey*, „Journal of International Affairs”, nr 54(1), 2000
87. Flayhan D.P., *Cultural studies and media Ecology: Meyrovitz's medium theory and Carey's cultural studies*, „New Jersey Journal of Communication”, vol. 9, 2001
88. Flejterski S., Wahl P., *Ekonomia globalna. Synteza*, Wydawnictwo Difin, Warszawa, 2003
89. Fowler C.J.H., Kirby M.A.R., Macaulay L.A., *Historical analysis: a method for evaluating requirements capture methodologies*, "Interacting with Computers", Volume 2, Issue 2, Amsterdam 1990
90. Franchi B., *Occupy Gezi Parki: eyewitness accounts*, „Contention: The Multidisciplinary Journal of Social Protest Peer Reviewed Journal”, Vol. 1, 2013
91. Frederick H. H., *Cuban – American radio wars. Ideology in International Telecommunications*, Alex Publishing Corporation, Norwood, 1986
92. Garwol K., *Rola mediów społecznościowych w edukacji – stan obecny i perspektywy rozwoju*, „Dydaktyka Informatyki”, nr 12, 2017
93. Gerbaudo, *Tweets and the Streets. Social Media and Contemporary Activism*, Pluto Press, London, 2012
94. *Gezi Park Protests: Brutal denial of the right to peaceful assembly in Turkey*, „Amnesty International”, 2013
95. Giddens A., *Socjologia*, Wydawnictwo PWN, Warszawa, 2005
96. Giddens A., *The Consequences of Modernity*, Polity Press, Cambridge, 1990
97. Goban-Klas T., *Media i komunikowanie masowe*, Wydawnictwo Naukowe PWN SA, Warszawa, 2004
98. Goban-Klas T., *Nadchodzące społeczeństwo medialne*, „Chowanna”, 29, Katowice 2007
99. Goban-Klas T., Sienkiewicz P., *Spółeczeństwo. Szanse, zagrożenia, wyzwania*, Wydawnictwo Fundacja Postępu Telekomunikacji, Kraków 1999
100. Goban-Klas T., *Spółeczeństwo medialne*, Wyd. WSiP, Warszawa 2005
101. Goldstein J., *The Role of Digital Networked Technologies in the Ukrainian Orange Revolution*, The Berkman Center for Internet & Society Publication Series, Cambridge, 2007
102. Goldstone J. A., *Revolutions: A Very Short Introduction*, Oxford University Press, Nowy Jork, 2014
103. Goldstone J. A., *The Comparative and Historical Study of Revolutions*, „Annual Review of Sociology”, vol. 8, 1982
104. Goldstone J. A., *Theories of Revolution: The Third Generation*, „World Politics”, vol. 32, nr 3, 1980
105. Goldstone J. A., *Toward a Fourth Generation of Revolutionary Theory*, „Annual Review of Political Science”, Annual Reviews vol. 4, Palo Alto, 2001

106. Göncü B., Saka E., Sayan A., *Reading Gezi Park protests through the lens of protest PR*, „Protest Public Relations”, 2018
107. Gripsrud J., *Television and Common Knowledge*, Taylor & Francis Routledge, Londyn 2002
108. Guevara E., *La guerra de guerrillas*, Editorial de Ciencias Sociales, Hawana, 1984
109. Guimarães R. C. S., Soares T., *Mea Culpa e Autorreferencialidade na cobertura dos protestos no Brasil*, „Colóquio Semiótica das Mídias”, nr 2, 2013
110. Gunarante S.A., *Paper, Printing and the Printing Press*, „Gazette”, vol. 63(6), 2001
111. Gurr T., *Psychological Factors in Civil Violence*, „World Politics”, vol. 20, nr 2, 1968
112. Gurr T., *Why Men Rebel*, Princeton University Press, Princeton, 1970
113. Hacıyakupoğlu G., Zhang W., *Social Media and Trust during Gezi Protests in Turkey*, „Journal of Computer Mediated Communication”, Vol. 20, 2015
114. Hallin D. C., Mancini P., *Comparing media systems. Three models of media and Politics*, University of Cambridge, Cambridge, 2004
115. Hamdy N., *Arab media adopt citizen journalism to change the dynamics of conflict coverage*, „Global Media Journal Arabian Edition”, Dubaj, Vol. 1, No.1, 2010
116. Hammond J. L., *Relations of Media Production in Occupy Wall Street*, „International Journal of Communication”, nr 13, 2019
117. Harris T., *Propaganda and Public Opinion in Seventeenth-Century England*, [w:] *Media and Revolution*, J.D. Popkin (red.), The University Press of Kentucky, Lexington, 1995
118. Hepp A., Hjarvard S., Lundby K., *Mediatization – Empirical perspectives: An introduction to the special issue*, „Communications”, 35, Berlin 2010,
119. Hepp A., Hjarvard S., Lundby K., *Mediatization: Theorizing the Interplay between Media, Culture and Society*; „Media, Culture & Society”, nr 37(2), 2015
120. Hepp A., Krotz F., *A Concretization of Mediatization: How Mediatization Works and why ‘Mediatized Worlds’ are a Helpful Concept for Empirical Mediatization Research*, „European Journal for the Philosophy of Communication”, nr 3(2), 2013
121. Hepp A., *Mediatization as a panorama of media and communication research*, [w:] *Mediatization and sociolinguistic change*, Jannis A. (red.), de Gruyter, Berlin 2013
122. Hepp A., *The communicative figurations of mediatized worlds: mediatization research in times of the „mediation of everything”*, „European Journal of Communication”, nr 28, Londyn 2013
123. Hepp A., *Transforming Communications. Media-related Changes in the Times of Deep Mediatization*, „Communicative Figurations”, nr 16, 2019
124. Hill Ch., *Political Discourse in Seventeenth Century England*, [w:] *Politics and People in Revolutionary England*, Colin James (red.), Basil Blackwell Ltd., Oxford ,Oxford, 1986
125. Hjarvard S., *Mediatization of Culture and Society*, Routledge, Londyn, 2013
126. Hjarvard S., *The Logics of the Media and the Mediatized Conditions of Social Interaction*, [w:] *Media Logic(s) Revisited :Revisited: Modelling the Interplay Between Media Institutions, Media Technology and Societal Change*, Thimm C. (red.), Palgrave Macmillan, Cham 2017
127. Hjarvard S., *The mediatization of society: a theory of media as agents of social and cultural change*, „Nordicom Review”, nr 29/2, Goteborg 2008,
128. Hofmokl J., *Internet jako dobro wspólne*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne Spółka z o.o, Warszawa 2009
129. Hopper R., *The Revolutionary Process: A Frame of Reference for the Study of Revolutionary Movements*, „Social Forces”, vol. 28, nr 3, 1950
130. Howard P. N., *The Digital Origins of Dictatorship and Demopcracy. Information technology and Political Islam*, Oxford University Press, Oxford, 2011
131. Huntington S. P., *Political order in changing societies*, Yale University Press, New Haven 1968
132. İnceoğlu Y., *The coverage of Gezi Park Resistance in the Turkish media*, „Indian Asociacion for Asian and Pacific Studies”, Vol 1. Issue 1, 2017
133. Iwasiński Ł., *Spoleczne zagrożenia danetyzacji rzeczywistości*, [w:] *Nauka o informacji w okresie zmian. Informatologia i humanistyka cyfrowa*, Sosińska-Kalata B. (red.), SBP, Warszawa 2016
134. Janiszewski J., *Rewolucja jako przejaw zmiany społecznej*, „Seminare. Poszukiwania naukowe”, nr 32.2nr 32.2, 2012

135. Jankowski J., *Wpływ mediów społecznościowych na kulturę i subkultury*, „Zeszyty Naukowe PWSZ im. Wieltona w Legnicy”, 31(2), 2019
136. Janowski J., *Technologia informacyjna dla prawników i administratywistów*, Difin, Warszawa 2009
137. Jaruga K., *Sieci społecznościowe w polityce: medium (dez)informacyjne? = Social networks in politics - medium of (dis)information?*, „Kultura, Media, Teologia” nr 13, 2013
138. Jenkins H., *Convergence culture*, New York University Press, Nowy Jork, 2006
139. Johnson C., *Revolution and the social system*, Hoover Institution Studies, Stanford, 1964
140. Johnson C., *Revolutionary Change*, University of London Press, Londyn, 1968
141. Junkiert M., *Hegel, Lelewel i rewolucje*, „Ruch literacki”, zeszyt 6(369), 2021
142. Juza M., *Internet w życiu społecznym – nadzieje, obawy, krytyka*, „Studia Socjologiczne”, nr 1 (220), 2016
143. Kalinowska E., *Analiza treści jako technika badawcza*, „Dyskursy młodych andragogów”, Zielona Góra 2001
144. Kaplan A.M., Haenlein M., *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media*, „Business Horizons”, Vol. 53 No. 1, 2013
145. Kaskiv V., Chupryna I., Zolotariov Y., *It's time! Pora and the Orange Revolution in Ukraine*, [w:] *Reclaiming democracy: Civil society and electoral change in Central and Eastern Europe*, J, Forbrig, P. Demes (red.), German Marshall Fund of the United States, Nowy Jork, 2007
146. Kaznowski D., *Nowy marketing*, VFP communications, Warszawa 2008
147. Kaznowski D., *Social media – społeczny wymiar Internetu*, [w:], *E-marketing. Współczesne trendy. Pakiet Startowy*, Królewski J., Sala P. (red.), PWN, Warszawa 2016
148. Kellar D., *Presenting the Movement's Narratives. Organizing Alternative Media*, [w:] *Whose Streets?: The Toronto G20 and the Challenges of Summit Protest*, T. Malleson, D. Wachsmuth (red.), Between the Lines, Toronto, 2011
149. Kenez P., *Lenin and the Freedom of the Press*, wykład z konferencji „Origins of Soviet Culture” Santa Cruz, 18-19.05.1981
150. Kenez P., *The Birth of the Propaganda State. Soviet Methods of Mass Mobilization 1917 – 1929*, „Cambridge University Press”, 1985
151. Klamut R., *Aktywność obywatelska jako rodzaj aktywności społecznej – perspektywa psychologiczna*, „Studia Socjologiczne” nr 208(1), 2013
152. Klej A., *Człowiek zalogowany w serwisie społecznościowym: komu potrzebna jest integracja w sieci?*, [w:] *Człowiek Zalogowany*, Wysocka-Pietrzyk M.(red.), Świeży B., Biblioteka Jagiellońska, Kraków, 2013
153. Kohle F., *Reappraising social media: The rise of the global digital family*, Research Anthology on Usage, Identity, and Impact of Social Media on Society and Culture, IGI Global, 2022
154. Kowalczyk K., *Nadawanie sensu, ustanawianie i badania Karla Weicka*, [w:] *Zarządzanie, organizacje i organizowanie – przegląd perspektyw teoretycznych*, Klineciewicz K. (red.), Wydawnictwo Naukowe Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2016
155. Kowalski J., *Wstęp do prawoznawstwa*, PWN, Warszawa, 1984
156. Koziński J., *Konflikty, teoria gier i psychologia*, PWN, Warszawa, 1970
157. Krasnoboka, *Real journalism goes underground: The Internet underground*, „The international Journal for Communication Studies”, Vol. 64(5), Thousand Oaks, 2002
158. Krasnodębski Z., *Prawdziwie nowoczesna teoria nowoczesności*, „Kultura i społeczeństwo”, nr 3, 2006
159. Kretinin M., Nguyen G., *Topic Modeling on News Articles using Latent Dirichlet Allocation*, IEEE 26th International Conference on Intelligent Engineering Systems (INES), Georgiopolis Chania 2022
160. Krotz F., *Die Mediatisierung kommunikativen Handelns. Der Wandel von Alltag und sozialen Beziehungen, Kultur und Gesellschaft durch die Medien*, Opladen, Westdeutscher Verlag, 2001
161. Krotz F., *Explaining the Mediatization Approach. Critical Perspectives on Media, Power and Change*, Routledge, Londyn, 2018
162. Krotz F., *Mediatization: A concept with which to grasp media and societal change*, [w:] *Mediatization: Concept, chances, consequences*, Lundby K. (red.), Peter Lang, Nowy Jork, 2009

163. Krotz F., *Metaprozesse sozialen und kulturellen Wandels und die Medien*, „Medien Journal”, 27(1), Wiedeń, Wiedeń 2003
164. Krotz F., *The Meta-process of 'Mediatization' as a conceptual frame*, „Global Media and Communication”, nr 3, 2007
165. Krupska N., *Pedagogicheskie sochineniia v desati tomakh*, tom 7, Moskwa, 1959
166. Kuczamer-Kłopotowska S., *Rola mediów społecznościowych w komunikacji pokolenia Y*, Uniwersytet Gdański, „Handel wewnętrzny” 2016; nr 3 (362)
167. Kumulu, *Reclaiming the right to the city: Reflections on the urban uprising*, „City”, Vol.17:3, 274-278, 2013
168. Kuran T., *Chameleon voters and public choice*, „Public Choice”, nr 53 (1), 1987
169. Kuran T., *Private Truths, Public Lies: The Social Consequences of Preference Falsification*, Harvard University Press, Cambridge, 1997
170. Kuran T., *Sparks and Prairie Fires: A Theory of Unanticipated Political Revolution*, „Public Choice”, vol. 61, nr 1, Dordrecht 1989
171. Kurth J., *Western civilization, our tradition*, „Intercollegiate Review”, Volume 39, Issue 1/2, 2003
172. Kuzio T., *Everyday Ukrainians and the Orange Revolution*, [w:] *Revolution in orange: The origins of Ukraine's democratic breakthrough*, A. Aslund, M. McFaul (red:). Carnegie Endowment for International Peace, Waszyngton, 2006
173. Kyj M. J., *Internet use in Ukraine's Orange Revolution*, „Business Horizons, Bloomington”, Vol. 49, 2006
174. Laroche M., Habibi M.R., Richard M.-O., Sankaranarayanan R., *The effects of social media based brand communities on brand community markers, value creation practices, brand trust and brand loyalty*, „Computers in Human Behavior”, vol. 28, nr 5, 2012
175. Laroche M., Habibi M.R., Richard M.-O., *To be or not to be in social media: How brand loyalty is affected by social media?*, „International Journal of Management”, vol. 33, nr 1, 2013
176. Laskowska M., *Komunikacja za pomocą social media – możliwości i zagrożenia. Zarys problematyki.*, [w:] *Komunikacja – (po)rozumienie – obecność społeczna*, Biedrońspoleczna, Biedroń M., Wawrzak-Chodaczek M., (red.) WAM, Toruń, 2012
177. Leiner B.M., *Brief History of the Internet*, „Internet Society”, 1995
178. Levinson P., *Nowe Nowe Media*, red. Gołoś D., Wydawnictwo WAM, Kraków 2010
179. Levinson P., *The explosive growth of social media: Trump, Covid-19, The Russian invasion of Ukraine and Elon Musk*, „Studia Humanistyczne AGH”, tom 21/2, 2022
180. Li X., *The Chinese Cultural Revolution Revisited*, „The China Review”, nr 1, 2001
181. Lievrouw L. A., Livingstone S., *Introduction*, [w:] *Handbook of New media: The Social Shaping and Consequences of ICTs*, Lievrouw L.A., Livingstone S. (red.), Sage, Londyn 2002
182. Liniany J., *„Arabska Wiosna”. Socjologiczne spojrzenie na koncepcję rewolucji oraz jej wpływ na ruch turystyczny w Tunezji*, „Turystyka Kulturowa”, nr 6, 2012
183. Linke K., *Generation Facebook? – The History of Social Networks*, „University of Applied Science Kufstein”, 2011
184. Lisowska-Magdziarz M., *Metodologia badań nad mediami – nurty, kierunki, koncepcje, nowe wyzwania*, „Studia Medioznawcze” nr 2 (53), Warszawa 1013,
185. Lister M., Dovey J., Giddings S., Grant I., Kelly K., *Nowe Media*, Kraków 2009
186. Livingstone S., *On The Mediation of Everything: ICA Presidential Address 2008*, „Journal of Communication”, nr 59 (1), 2009
187. Łódzki B., *„Fake news” – dezinformacja w mediach internetowych i formy jej zwalczania w mediach międzynarodowych*, „Polityka i Społeczeństwo”, nr 4 (15), 2017), 2017
188. Logan R.K., *Understanding New Media: Extending Marshall McLuhan*, Peter Lang Publishing, Nowy Jork 2010
189. Lopez L., *La radio en Cuba*, Hawana, Letras Cubanas, 2002
190. Lowrance S., *Was the revolution Tweeted? Social Media and the Jasmine Revolution in Tunisia*, „Digest of Middle East Studies”, vol. 25 nr 1, 2016
191. Lundby K., *Mediatization of communication (introduction)*, [w:] *Mediatization of communication*, Lundby K. (red.), de Gruyter, Berlin, 2014

192. Lysenko V., K. Desouza, *Moldova's internet revolution: Analyzing the role of technologies in various phases of the confrontation*, „Technological Forecasting & Social Change”, Rotterdam, No. 79, 2012
193. Majorek M., *Nowa jakość kampanii wyborczych na przykładzie amerykańskich kandydatów do urzędu prezydenta w pierwszej dekadzie XXI wieku*, [w:] „Stare” i „nowe” media w kontekście kampanii politycznych i sprawowania władzy, du Vall M., Walecka-Rynduch A. (red.), Oficyna Wydawnicza AFM, Kraków, 2010
194. Mamcarz-Plisiecki A., *Retoryka i językoznawstwo – obszary spotkania*, „Roczniki humanistyczne”, t. LXVI, zeszyt 6, Toruń 2018
195. Mannheim E., *Die Träger der öffentlichen Meinung. Studien zur Soziologie der Öffentlichkeit*, Brünn, Verlag Rudolf M. Rohrer, 1933
196. Manovich L., *The Language of New Media*, MIT Press, Cambridge 2001
197. Marks K., *Przyczynek do krytyki ekonomii politycznej*, Książka i Wiedza, Warszawa, 1953
198. Mavi I., *KÜRESEL İKLİM DEĞİŞİKLİĞİ BAĞLAMINDA YENİ TOPLUMSAL HAREKET ÖRNEĞİ OLARAK KÜRESEL ÇEVRECİ HAREKETLER*, „Nişantaşı Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi”, nr 9.2, 2021
199. Mayer B. L., *Modern social media and social revolutions*, Methodist University, Fort Leavenworth, 2011
200. Mazzoleni G., Schulz W., *Mediatization of politics: A Challenge for Democracy?*, „Political Communication”, nr 16, Londyn 1999
201. McFaul M., „The Orange Revolution in a comparative perspective,” [w:] *Revolution in orange: The origins of Ukraine's democratic breakthrough*, A. Aslund, M. McFaul (red.). Carnegie Endowment for International Peace, Waszyngton, 2006
202. McLuhan M., *Understanding Media: The Extensions of Man*, McGraw-Hill, Nowy Jork, 1964
203. McNair B., *Glasnost, Perestroika and the Soviet Media*, Routledge, Londyn, 1991
204. McQuail D., *Teoria komunikowania masowego*, Warszawa 2008
205. Meyen M., *Medialisierung*, „Medien und Kommunikationswissenschaft”, 57(1), Klagenfurt 2009
206. Meyrowitz J., *Medium Theory*, [w:] *Communication Theory Today*, Crowley D.J., Mitchell D. (red.), Polity, Cambridge, 1995, s. 55-77
207. Michalak B., *Metody porównawcze stosowane w badaniach systemów wyborczych*, „Athenaeum” vol. 51, Toruń 2016
208. Michalak J., *Social media jako kopalnia informacji – wybrane obszary wykorzystania danych na przykładzie portalu Twitter*, „Acta Universitatis Nicolai Copernici – Zarządzanie”, XLIV – nr 3, 2017
209. Michalczyk S., *Uwagi o analizie zawartości mediów*, „Rocznik Prasoznawczy” 3, 2009
210. Moses M., *Full annals of the Revolution in France, 1830 :1830: To which is added, A full account of the celebration of said revolution in the city of New-York, on the 25th November, 1830 : being the forty-seventh anniversary of an event that restored our citizens to their homes, and to the enjoyment of their rights and liberties*, J.&J. Harper, Nowy Jork, 1830
211. Muddiman J. G. ,G., *The Beginnings of English Journalism*, [w:] *The Cambridge history of English Literature*, A.W. Ward, A.R. Waller (red.), Cambridge, 1911
212. Mungiu-Pippidi A., Munteanu I., *Moldova's Twitter Revolution*, „Journal of Democracy”, Baltimore, Vol. 20, No.3, 2009
213. Munro J H., *Money, prices, wages, and 'profit inflation' in Spain, the Southern Netherlands, and England during the Price Revolution era, ca. 1520-ca. 1650*, „Historia e Econimia Revista Interdisciplinar”, vol. 4 nr 1, 2008
214. Nabokov V., *Strong opinions*, Vintage Books, Nowy Jork, 1990
215. Nowak J., *Glokalna e-mobilizacja: (naprawde) nowe media narzedziem obywatelskiej mobilizacji*, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, „Nowe Media”, 1, Toruń 2010
216. Obar J., Wildman S., *Social Media Definition and the Governance Challenge: An Introduction to the Special Issue*, „Telecommunications Policy”, 39(9), 2015
217. Ogburn W., *Social Change with Respect to Culture and Original Nature*, Huebsch, Nowy Jork 1922
218. Okorokov A. Z., *Oktiabr' i krakh russkoi burzhuaanoi pressy*, Mysl', Moskwa

219. Oz M., *Mainstream media's coverage of the Gezi protests and protesters perception of mainstream media*, „Global media and Communication”, nr 12(2), 2016
220. Özel, *A Moment of Elation: The Gezi Protests/Resistance and the Fading of AKP Project*, [w:] *The Making of Protest Movement in Turkey: #occupygezi*, Özkırımlı U. (red.) Palgrave Macmillan, 2014
221. Paleczny T., *Nowe ruchy społeczne*, Wydawnictwo UJ, Kraków, 2010
222. Parkinson R., *Print, the Press and the American Revolution*, Oxford Research Encyclopedia, Oxford University Press, 2015
223. Patterson G., *History and Communication: Harold Innis, Marshall McLuhan, the Interpretation of History*, University of Toronto Press, Toronto, 1990
224. Piechota G., *Znaczenie mediów społecznościowych w polityce informacyjnej samorządów i kreowaniu wizerunków monokratycznych organów wykonawczych*, „Opinie i komentarze FRDL”, opinia nr 12/2023, 2023
225. Pioterek P., Przybysz J., *Media społecznościowe w służbie bibliotek*, „Wydawnictwo Uniwersytetu w Białymstoku”, 2015
226. Pisarek W. (red.), *Słownik terminologii medialnej*, Wyd. Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych Universitas, Kraków 2006
227. Pisarek W., *Analiza zawartości prasy: drogi rozwoju*, „Zeszyty Prasoznawcze” 2, 1983
228. Poell T., *Social media and the transformation of activist communication: exploring the social media ecology of the 2010 Toronto G20 protests*, „Information, Communication and Society”, Vol.17, No.6, 2014
229. Potter W. J., *Media Effects*, SAGE Publications, Thousand Oaks, 2012
230. Pręgowski M.P., *Zarys aksjologii Inrenetu. Netykieta jako system norm i wartości sieci*. Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2012
231. Prytula O., *The Ukrainian Media Rebellion*, [w:] *Revolution in orange: The origins of Ukraine's democratic breakthrough*, A. Aslund, M. McFaul (red.). Carnegie Endowment for International Peace, Waszyngton, 2006
232. Przywara B., Adamski A., Kiciński A., Szewczyk M., Jupowicz-Ginalska A., *Online Live-Stream Broadcasting of the Holy Mass during the COVID-19 Pandemic in Poland as an Example of the Mediatization of Religion: Empirical Studies in the Field of Mass Media Studies and Pastoral Theology*, „Religions” 12: 261
233. Rakusa-Suszczewski M., *Ruchy społeczne i demokracja*, [w:] *Ruchy społeczne jako partycypacja dla demokracji*, Mocek S. (red.), Collegium Civitas, Studia Społeczne i Polityczne, „Zeszyty Centrum Badań Społeczności i Polityk Lokalnych”, nr 2(7), 2012
234. Ramalho R. A., da Silva L.C., *#vempruarua: a midiatização de uma manifestação popular nos sites de redes sociais e a ebulição de uma nova estética audiovisual*, „Colóquio Semiótica das Mídias”, No. 2, 2013
235. Ramsay, *The History of the American Revolution*, Liberty Fund, Indianapolis, 1990
236. Reche Ávila, *Mídias alternativas VS Mídias tradicionais: as manifestações de junho de 2013*, „Anais Do IV Colóquio Semiótica das Mídias”, nr 4.1, 2013
237. Rheingold H., *The virtual community. Homesteading on the electronic frontier*, Wyd. Addison-Wesley, Reading MA 1993
238. Roberts G. K., *A Dictionary of Political Analysis*, Longman, London 1971
239. Rogers E.M., *Diffusion of Innovations*, The Free Press, Nowy Jork, 1983
240. Sacewicz K., *Rewolucja komunistyczna i dyktatura proletariatu w świetle publikacji centralnego porozumienia organizacji współdziałających w zwalczaniu komunizmu – zarys problemu*, „Remembrance and Justice”, nr 2 (30), 2017
241. Sakowicz E., *Integracja w kontekście różnorodności kulturowej i religijnej*, „Teologia i Moralność”, UKSW Warszawa, volumen 12, numer 1 (21), 2017
242. Salanova R., *Social media and political change: The case of the 2011 revolutions in Tunisia and Egypt*, „Institut Català Internacional per la Pau”, Barcelona, 2012,
243. Sarfati, *Dynamics of mobilization during Gezi park/Gezi Park protests in Turkey*, [w:] *The Whole World is Texting*, I. Epstein (red.), Sense Publishers, Amsterdam, 2015
244. Sarowski Ł., *Od Internetu Web 1.0 do Internetu Web 4.0 – ewolucja form przestrzenikomunikacyjnych w globalnej sieci*, „Rozprawy Społeczne”, 2017, Tom 11, Nr 1

245. Sasińska-Klas T., *Mediatyzacja a medializacja sfery publicznej*, „Zeszyty prasoznawcze”, t. 57, nr 2(218), 2011
246. Sawicka Z., *Wpływ nowych mediów na przemiany polityczne wybranych państw Bliskiego Wschodu na przykładzie Arabskiej Wiosny*, Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa, 2017
247. Schulz W., *Reconstructing Mediatization as an Analytical Concept*, „European Journal of Communication”, 19(1), Londyn 2004,
248. Sebbah B., Loubere L., Souillard N., Thiong-Kay L., Smyrniaios N., *Les Gilets jaunes se font une place dans les medias et l'agenda politique*, „[Rapport de recherche] Laboratoire d'Etudes et de Recherches Appliquées en Sciences Sociales”, 2018
249. Seckinelgin H., *Social policy and conflict: the Gezi Park–Taksim demonstrations and uses of social policy for reimagining Turkey*, „Third World Quarterly”, nr 37(2), 2016
250. Seda C., *Sprzedż online*, Helion, Gliwice, 2008
251. Seklecka A., *Metodologie łączenia analizy treści z analizą dyskursu. Przykład badań nad dyskursem medialnym dotyczącym inwigilacji i prywatności*, „Athenaeum” 78, Toruń 2023
252. Siebert F., *Freedom of the Press in England, 1476-1776: The Rise and Decline of Government Controls*, University of Illinois Press, Urbana IL, 1952
253. Skocpol T., *States and Social Revolutions. A Comparative Analysis of France, Russia, and China*, Cambridge University Press, Cambridge, 1979
254. Smith B. G., Linjuan Men R., Al-Sinan R., *Tweeting Taksim communication power and social media advocacy in the Taksim square protests*, „Computers in Human Behavior”, nr 50, 2015
255. Smith J. A., *The Enticements of Change and America's Enlightenment Journalism*, [w:] *Media and Revolution*, J.D. Popkin (red.), The University Press of Kentucky, Lexington, 1995
256. Sols R., *Das Drahtlose Jahrhundert'*, [w:] *Die Welt in Hundert Jahren*, Brehmer M. (red.), Berlin, Verlagsanstalt Buntdruck, Reprint 2013 (1910),
257. Sorokin P., *The Sociology of Revolution*, Howard Fertig, Nowy Jork 1967
258. Sosnowski M. A., *Plastyczność i rewolucja. De Tocqueville, Malabou, Lukacs*, „Praktyka Teoretyczna”, nr 2(28), 2018
259. Stoner J.A.F., Wankel Ch., *Kierowanie*, PWE, Warszawa, 1996
260. Stromback J., Esser F., *Introduction. Making Sense of the mediatization of politics*, „Journalism Studies”, nr 15:3, 2013
261. Stromback J., *Four phases of mediatization: An analysis of the mediatization of politics*, „The International Journal of Press/Politics”, 13(3), Londyn 2008
262. Strovsky D., Simons G., *The Bolsheviks' Policy Towards the press in Russia 1917 – 1920*, „Working Papers No. 109”, Uppsala University, 2007
263. Strużak R., *Rozwój szerokopasmowego internet w Polsce – trendy i granice wzrostu*, „Telekomunikacja i techniki informacyjne”, nr 1-2, 2009, s. 38-48
264. Such-Pyrgiel M., *The new way of use methods and tools in the implementation of sociological and social research*, „Journal of Modern Science”, 39(4), Józefów 2018, s.25-50.
265. Szews P., *Serwisy społecznościowe jako źródło informacji dziennikarskiej – problemy i zagrożenia*, „Kultura – Media – Teologia”, tom 18, 2014
266. Szpunar M., *Czym są nowe media – próba konceptualizacji*, „Studia Medioznawcze”, nr 4 (35), Warszawa 2008
267. Szpunar M., *Nowe stare medium. Internet między tworzeniem nowych modeli komunikacyjnych a reprodukowaniem schematów komunikowania masowego*, Wyd. IFiS PAN, Warszawa 2012
268. Szumera G., *Globalizacja – szanse i zagrożenia w sferze kultury*, „Zeszyty Naukowe Politechniki Śląskiej, Seria: Organizacja i Zarządzanie”, zeszyt 85, 2015
269. Szuta A., *Media społecznościowe jako grunt pod nowe media społeczne*, „Świat Idei i Polityki”, Tom 13, Bydgoszcz 2014
270. Szwed R., *Początki Internetu w Polsce*, Polskie Towarzystwo Fizyczne, „Postępy Fizyki”, T. 72, z. 4, 2001
271. Szymański M. J., *Przemiany wartości w zmieniającym się społeczeństwie*, „Debata Edukacyjna”, nr 5, 2012

272. Taştan C., *The Gezi Park protests in Turkey: A qualitative field research*, „Insight Turkey”, nr 15(3), 2013
273. Terzis G., *European Media Governance: National and Regional Dimensions*, Intellect Books, Bristol, 2008
274. Thomassen B., *Notes towards an Anthropology of Political Revolutions*, „Comparative Studies in Society and History” nr 54.3, 2012
275. Thompson J.B., *The Media and Modernity: A Social Theory of the Media*. Cambridge, Polity Press, 1995
276. Tilly, *Revolutions and Collective Violence*, [w:] *Handbook of Political Science*, F. I. Greenstein, N. W. Polsby (red.), Addison-Wesley, Reading, 1975
277. Tomaszewska H., *Młodzież, rówieśnicy i nowe media. Społeczne funkcje technologii komunikacyjnych w życiu nastolatków*, Wydawnictwo Akademickie Żak, Warszawa 2012
278. Trzaskowski P., *Nie sposób dialogować z pięścią. O skuteczności zewnętrznej moderacji w walce z nieetycznymi komentarzami internetowymi*, „Kultura-Media-Teologia”, nr 29, 2017
279. Turek M., *Przewodnik po social media w Polsce*, IAB, Warszawa 2020
280. Turner, P. Oakes, *The significance of the social identity concept for social psychology with reference to individualism, interactionism and social influence*, „British Journal of Social Psychology”, nr 25 (3), 1986
281. Ushanova I. A., *Mediatization of Communication: from Concept to Theory*, „Journal of Siberian Federal University. Humanities & Social Sciences”, nr 11, 2015
282. Van Dijck J., *Culture of Connectivity. A critical history of social media*, Oxford Scholarship, Oxford 2013
283. Van Stekelenburg J., *The Occupy Movement: Product of this Time*, „Development Journal”, Vol. 55 (2), 2012
284. Varnali K., Gorgulu V., *A social Influence Perspective on Expressive Political Participation in Twitter: The Case of #OccupyGezi*, „Information, Communication and Society”, Vol.18:1, 2015
285. Waldenberg M., *Rewolucja*, Iskry, Warszawa, 1964
286. Werenowska A., *Social media marketing (SMM) jako narzędzie komunikacji przedsiębiorstwa z grupami otoczenia*. Turystyka i Rozwój Regionalny, nr 12, 2019
287. Westerbarkey J., *Journalismus und Öffentlichkeit. Aspekte publizistischer Interdependenz und Interpenetration*, „Publizistik”, 40(2), Heidelberg 1995
288. Więckiewicz-Archacka M., *Glokalizacja a media oddolne. Lokalne społeczności w globalnej sieci*, „Zeszyty Naukowe Ostrołęckiego Towarzystwa Naukowego”, nr XXVIII, 2014
289. Willhoite F. H., *Power and Governments: An Introduction to Politics*, Brooks / Cole, Pacific Grove, 1988
290. Yetkin M., Şimşek A., *A theoretical analysis of the Gezi Resistance: Implications for political communication of new social movements*, „Online Journal of Communication and Media Technologies”, nr 7(2), 2017
291. Yıldırım Y., *The Differences of Gezi Parki Resistance in Turkish Social Movements*, „International Journal of Humanities and Social Science”, Vol. 4 No. 5(1), 2014
292. Yorukoglu, *Whiteness as an act of belonging: White Turks phenomenon in the post 9/11 world*, „Glocalism: Journal of Culture, Politics and Innovation”, nr 2, 2017
293. Zacher L.W., *Transformacje społeczeństw konsumpcyjnych – między technika a kulturą*. [w:] red. Partycki S., *Kultura a rynek*, tom 1, Wydawnictwo KUL, Lublin 2008
294. Zamorska K., *Pięć rewolucji przemysłowych – przyczyny, przebieg i skutki (ujęcie historyczno-analityczne)*, „Studia BAS”, nr 3(63), 2020
295. Zdrojewska K., *Dekada Internetu – zmiana strategii myślenia*, [w:] „Stare” media w obliczu „nowych”, „nowe” w obliczu „starych”, Pokorna-Ignatowicz K., Bierówka J. (red.), Oficyna Wydawnicza AFM, Kraków 2001
296. Zeitzoff, *Using Social Media to Measure Conflict Dynamics: An Application to the 2008-2009 Gaza Conflict*, „Journal of Conflict Resolution”, nr 55(6), 2011
297. Ziemkiewicz A., *Konflikty w organizacji i ich rozwiązywanie*, [w:] *Wyzwania gospodarcze, społeczne i polityczne w globalnej gospodarce*, Wiśniewska M., Kalińska K. (red.), PUZ Włocławek, 2016
298. Ziółkowski A., *Historia Powszechna. Starożytność*, PWN, Warszawa, 2009

Netografia

1. 5.ua, <http://5.ua>
2. Abedi M., *G20 protests: Why the international summit attracts so much anger*, <https://globalnews.ca/news/3576435/g20-summit-why-people-protest/>
3. Adegoke Y., Ball J., *Twitter? Facebook? Rioters saw it on TV*, <https://www.theguardian.com/uk/2011/dec/07/twitter-facebook-rioters-saw-it-on-tv>
4. Akgul E., *Gezi Direnişinde 59 Gazeteci İşten Çıkarıldı, İstifaya Zorlandı*, <https://bianet.org/haber/gezi-direnisinde-59-gazeteci-isten-cikarildi-istifaya-zorlandi-148636>
5. Akin A., *AKP MP's praise of Hurriyet attack to be used as evidence*, <https://www.hurriyetdailynews.com/akp-mps-praise-of-hurriyet-attack-to-be-used-as-evidence-90245>
6. Albac J., Barabanov I., Morar N., *Jest' u rewolucji naczo*, <https://newtimes.ru/articles/detail/19574/>
7. albawaba.com, *Tunisia's Internet users spent over US\$ 132.7 million in B2C e-commerce during the past 12 months*, <https://www.albawaba.com/business/tunisia's-internet-users-spent-over-us-1327-million-b2c-e-commerce-during-past-12-months>
8. Andrlik T., *Revolutionary News: 10 Breaking Stories*, <https://allthingsliberty.com/2013/09/american-revolution-news-10-breaking-reports/>
9. ascecuba.org, *Violations of Freedom of the Press in Cuba 1952-1969*, https://www.ascecuba.org/asce_proceedings/violations-of-freedom-of-the-press-in-cuba-1952-1969/
10. Aydinli S., *The Gezi-Movement and the Politics of Being-There: Offline and Online participation*, <http://mediainfieldsjournal.org/the-gezi-movement-and-the-poli/>
11. backlinko.com, *Facebook users & Growth statistics*, <https://backlinko.com/facebook-users>
12. Ball J., Lewis P., *Twitter and the riots: how the news spread*, <https://www.theguardian.com/uk/2011/dec/07/twitter-riots-how-news-spread>
13. Balousha, O'Loughlin T., *Text messages and phone calls add psychological aspect to warfare in Gaza*, <https://www.theguardian.com/world/2009/jan/03/israelandthepalestinians-middleeast>
14. Bannerman L., *Israel uses the perfect time to fight the PR war*, http://www.timesonline.co.uk/tol/news/world/middle_east/article5420868.ece
15. Baran D., *Internet w Polsce*, <https://repozytorium.ka.edu.pl/server/api/core/bitstreams/4613bc8c-daf4-43b3-b181-a4d926a83b18/content>
16. Barry E., *Protests in Moldova with the help of Twitter*, https://www.nytimes.com/2009/04/08/world/europe/08moldova.html?_r=2
17. Bayan L.N., *The People's Power/EDSA Revolution 1986*, <https://sites.ualberta.ca/~vmitchel/fw9.html>
18. bbc.com, *BBC reporters 'intimidated' by Turkey*, <https://www.bbc.com/news/world-europe-23036924>
19. bbc.com, *History of the BBC* <https://www.bbc.com/historyofthebbc/timelines/1930s/>
20. Berry D., *Social Media Spaces*, <http://www.ku24.com/~darrell/hybrid1.html>
21. Beyoğlu S., *The Making of: Taksim Belongs to Pedestrians*, <https://saltonline.org/en/74/the-making-of-taksim-belongs-to-pedestrians>
22. bianet.org, *İtalyalı Fotoğrafçıya 7 Yıl Hapis İstemiyle Dava Açıldı*, <https://bianet.org/haber/italyali-fotografciya-7-yil-hapis-istemiyle-dava-acildi-148615>
23. bianet.org, *Konda Gezi Park Resistance Poll*, <https://bianet.org/english/youth/147543-94-percent-of-gezi-resisters-participate-individually-poll-says>
24. Biaudet S., *Influencer Marketing as a Marketing Tool*, https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/134139/Biaudet_Sofie.pdf?sequence=1&isAllowed=y
25. Biggs M., Kalleberg A. L., *The causes and consequences of the 2011 London riots*, <https://blog.oup.com/2015/03/social-forces-london-riots/>

26. Boenlykke M., *Van-Dijck Culture of Connectivity*, https://www.academia.edu/39140639/Van_dijck_CultureOfConnectivity
27. Braathen E., da Silva A.L., Soerboe C., *Brazil's 'Vinegar Uprising' and its effect*, <https://blogg.hioa.no/nibrinternational/2013/07/03/brazils-vinegar-uprising-and-its-effects/>
28. britannica.com, *Committees of Correspondence* <https://www.britannica.com/topic/Committees-of-Correspondence>
29. britannica.com, *The Orange Revolution and the Yuschenko presidency*, <https://www.britannica.com/place/Ukraine/The-Orange-Revolution-and-the-Yushchenko-presidency#ref986649>
30. Calderone M., *How Volunteer-Run Argus Radio Broadcast Ferguson Protests Live To The World*, https://www.huffpost.com/entry/argus-radio-ferguson-protests_n_5679149?guccounter=1
31. Candau M., Nicolas C., *French 'yellow vests' caught up in social networks*, <https://www.euractiv.com/section/digital/news/french-yellow-vests-caught-up-in-social-networks/>
32. Cohen N., Stone B., *Social Networks Spread Defiance Online*, https://www.nytimes.com/2009/06/16/world/middleeast/16media.html?_r=2
33. Compton M., *Twitter Shows Its Purpose*, <https://thedemocraticstrategist.org/?s=Twitter+shows+its+purpose>
34. Costa C., *Brasileiros 'descobrem' mobilização em redes sociais durante protestos*, https://www.bbc.com/portuguese/noticias/2013/07/130628_protestos_redes_personagens_cc.shtml
35. Costa C., *Protestos mostram apropriação de slogans publicitários para fins políticos*, https://www.bbc.com/portuguese/noticias/2013/06/130624_protestos_slogans_cc
36. Cox D., Druker J., *Under Assalut: Ukraine's News Media and the 2004 Presidential Elections*, <https://freedomhouse.org/sites/default/files/Essay%20Ukraine%206-18-04%20final.pdf>
37. Czernecka M., *Różańcowa rewolucja*, <https://krucjata.org/rozancowa-rewolucja/>
38. Dagdelen D., Eyal H., Poell T., *Activism and Social Media*, <https://wiki.digitalmethods.net/Dmi/TrainingProgramProjectG20>
39. Daily Mail Reporter, *It's unbelievable BlackBerry Messenger hasn't been shut down': Mayor's aide calls for ban on riot 'tool*, <https://www.dailymail.co.uk/news/article-2023924/London-riots-2011-BlackBerry-Messenger-shut-unbelievable.html>
40. Daraghai B., *Tunisia's uprising was three years in the making*, <https://www.latimes.com/archives/la-xpm-2011-jan-27-la-fg-tunisia-uprising-20110127-story.html>
41. De Bellaigue C., *Turkey: Surreal, Menacing... Pompous*, <https://www.nybooks.com/articles/2013/12/19/turkey-surreal-menacing-pompous/?pagination=false>
42. Dixon S., Twomey J., Westcott S., *Thugs use Twitter to call for copycat riots across the UK*, <https://www.express.co.uk/news/uk/263637/Thugs-use-Twitter-to-call-for-copy-cat-riots-across-the-UK>
43. docs.house.gov, *US House Subcommittee on Europe, Eurasia and Emerging Threats Hearing on "Turkey at a Crossroads: What do the Gezi Park Protests Mean for Democracy in the Region?"*, <https://docs.house.gov/meetings/FA/FA14/20130626/101051/HHRG-113-FA14-20130626-SD001.pdf>
44. Duvoux N., Papuchon A., *How to measure subjective poverty in France – and what this tells us about the anger of the Yellow Vests*, <https://blogs.lse.ac.uk/europpblog/2019/01/08/how-to-measure-subjective-poverty-in-france-and-what-this-tells-us-about-the-anger-of-the-yellow-vests/>
45. dw.com, *Tweeting the protests*, <https://www.dw.com/en/facebook-twitter-help-moldova-protesters-organize-demonstrations/a-4166896>
46. economist.com, *A war of words and images*, <https://www.economist.com/middle-east-and-africa/2009/01/15/a-war-of-words-and-images>
47. economist.com, *Technology and disorder – The BlackBerry riots*, <https://www.economist.com/britain/2011/08/13/the-blackberry-riots>
48. Edwards P., *Canada flunks on indigenous rights, protesters say*, https://www.thestar.com/news/gta/2010/06/24/canada_flunks_on_indigenous_rights_protesters_say.html

49. Erlanger, *A Gaza War Full of Traps and Trickery*, <https://www.nytimes.com/2009/01/11/world/middleeast/11hamas.html?pagewanted=2>
50. everywheretaksim.net, *Radikal: Ve Can DüNDAR da gitti*, <https://everywheretaksim.net/tr/radikal-ve-can-duNDAR-da-gitti/>
51. facebook.com, *Kierowanie reklam do odbiorców* <https://www.facebook.com/business/ads/ad-targeting>
52. Fathi N., *What We Got Right*, <https://foreignpolicy.com/2010/06/08/what-we-got-right/>
53. Flower K., Labott E., *Hundreds dead, injured in Gaza as Israeli airstrikes continue* <http://edition.cnn.com/2008/WORLD/meast/12/27/gaza.israel.strikes/index.html>
54. Folkenflik D., *Tracking the Media's Eye on Occupy Wall Street*, <https://www.npr.org/2011/10/13/141320149/tracking-the-medias-eye-on-occupy-wall-street?t=1591191781922>
55. Fraga I., *Protests in Brazil heighten debate on quality of mass media's coverage*, <https://knightcenter.utexas.edu/blog/00-14110-protests-brazil-heighten-debate-quality-large-medias-coverage>,
56. france24.com, *No user data given to Turkish government, says Facebook*, <https://www.france24.com/en/20130627-no-user-data-given-turkish-government-says-facebook-gezi-park-hurriyet>
57. Freedom House, *Freedom on the Net 2009 - Tunisia, 1 April 2009*, <https://www.refworld.org/docid/49d4759428.html>,
58. Fusu P., *Things you'll NEVER find in your newspapers*, True Moldova, <http://truemoldova.blogspot.com/2009/04/things-youll-never-find-in-your.html>
59. Gani A., *Arab Spring: The History of the Revolutions in Middle East and North Africa*, https://www.academia.edu/8761742/Arab_Spring_The_History_of_the_Revolutions_in_Middle_East_and_North_Africa_25_09_2014
60. Gautney H., *What is Occupy Wall Street? History of leaderless movements*, https://www.washingtonpost.com/national/on-leadership/what-is-occupy-wall-street-the-history-of-leaderless-movements/2011/10/10/gIQAwFjaL_story.html
61. Gernsheim H., *La première photographie au monde*, <https://journals.openedition.org/etudesphotographiques/92>
62. GilPress, *TikTok Statistics For 2024: Users, Demographics, Trends*, <https://whatsthebigdata.com/tiktok-statistics/>
63. GilPress, *WhatsApp Statistics, Users, Demographics as of 2024*, <https://whatsthebigdata.com/whatsapp-statistics/>
64. Gobry P. E., *The Yellow Rise in Paris*, <https://www.commentary.org/articles/pascal-emmanuel-gobry/yellow-rise-paris/>
65. Greenslade R., *Turkish paper fires readers' editor after refusing to publish his columns*, <https://www.theguardian.com/media/greenslade/2013/jul/24/press-freedom-turkey>
66. Grinberg E., *What #Ferguson stands for besides Michael Brown and Darren Wilson*, <https://edition.cnn.com/2014/11/19/us/ferguson-social-media-injustice/index.html>
67. Grossman L., *Iran Protests: Twitter, the Medium of the Movement*, <http://content.time.com/time/world/article/0,8599,1905125,00.html>
68. Haig E., *Ideology and Propaganda in English Civil War News: A Study in Historical Media Discourse Based on Thomason Tracts*, https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=2ahUKEwivpKSTvYrmAh-VLw4sKHdcZDuUQFjAAegQIBRAC&url=https%3A%2F%2Fnagoya.repo.nii.ac.jp%2F%3Faction%3Drepository_uri%26item_id%3D20761%26file_id%3D17%26file_no%3D1&usq=AOvVaw2oBpJ9fEWCjpB6DyCEGOrk
69. Halliday J., *David Cameron considers banning suspected rioters from social media*, <https://www.theguardian.com/media/2011/aug/11/david-cameron-rioters-social-media>
70. Halliday J., *London riots: BlackBerry to help police probe Messenger looting 'role'*, <https://www.theguardian.com/uk/2011/aug/08/london-riots-blackberry-messenger-looting>

71. Holehouse M., Millward D., *How technology fuelled Britain's first 21st century riot*, <https://www.telegraph.co.uk/news/uknews/crime/8687432/How-technology-fuelled-Britains-first-21st-century-riot.html>
72. Home Affairs Committee – Sixteenth Report, *Policing Large Scale Disorder: Lessons from the disturbances of August 2011*, <https://publications.parliament.uk/pa/cm201012/cmselect/cmhaff/1456/145602.htm>
73. Hunt W., *The Gaza War, theater and the big interview*, <https://www.arabmediasociety.com/the-gaza-war-theater-and-the-big-interview/>
74. hurriyetdailynews.com *Government working on draft to restrict social media in Turkey*, <https://www.hurriyetdailynews.com/government-working-on-draft-to-restrict-social-media-in-turkey-48982>
75. hurriyetdailynews.com, *Timeline of Gezi Park protests*, <https://www.hurriyetdailynews.com/timeline-of-gezi-park-protests--48321>
76. iab.org.pl, *Przewodnik po social media w Polsce*, <https://www.iab.org.pl/wp-content/uploads/2023/06/Przewodnik-Social-Media-2023-IAB-Polska.pdf>
77. Idzik J., Klepka R., *Echo chamber*, <https://vademecumbezpieczenstwainformacyjnego.uken.krakow.pl/2020/03/10/echo-chamber/>
78. ifj.org, *Justice in the news: A response to target media in Gaza*, <http://www.ifj.org/assets/docs/204/233/b7598cc-2f627e9.pdf>
79. imf.org, *Globalization: Threat or Opportunity?*, <https://www.imf.org/external/np/exr/ib/2000/041200to.htm#II>
80. internationalbudget.org, *France: The Yellow Vests and their social media-driven tax revolt* <https://internationalbudget.org/publications/france-the-yellow-vests-and-their-social-media-driven-fight-over-fair-taxation/>
81. interventionsjournal.wordpress.com, *The Art of Alternative Radio: from Radio Alice to Açık Radyo*, <https://interventionsjournal.wordpress.com/2014/03/13/the-art-of-alternative-radio-from-radio-alice-to-acik-radyo/>
82. Jones M., *iPhone History: Every generation in order from 2007 – 2019*, <https://historycooperative.org/the-history-of-the-iphone/>
83. Jordan P., *Gay rights protest hits Toronto Ahead of G20*, <https://www.reuters.com/article/g20-protest/gay-rights-protest-hits-toronto-ahead-of-g20-idUSN2216509620100622>
84. Kallander A.A., *From TUNeZINE to Nhar 3la 3mmar: A reconsideration of the role of the bloggers in Tunisia's revolution*, <https://www.arabmediasociety.com/from-tunezine-to-nhar-3la-3mmar-a-reconsideration-of-the-role-of-bloggers-in-tunisias-revolution/>
85. Kassam A., *More than 1000 people detained during G20 summit in Toronto can sue police*, <https://www.theguardian.com/world/2016/apr/06/toronto-g20-summit-police-lawsuit-civil-rights-abuses>
86. Kemp S., *Digital 2023: Global overview report*, <https://datareportal.com/reports/digital-2023-global-overview-report>
87. Kemp S., *Digital 2023: Poland*, <https://datareportal.com/reports/digital-2023-poland>
88. Keyes S., *Exploring Media Constructions of the Toronto G20 Protests: Images, the Protest Paradigm and the Impact of Citizen Journalism*, https://scholar.uwindsor.ca/etd/4728/?utm_source=scholar.uwindsor.ca%2Fetd%2F4728&utm_medium=PDF&utm_campaign=PDFCoverPages
89. Khamis S., *The Transformative Egyptian Media Landscape: Changes, Challenges and Comparative Perspectives*, <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/813/592>
90. Kim J., *Access Issues*, https://archives.cjr.org/campaign_desk/access_issues.php
91. Kingsley P., *Kalle Lasn: the man who inspired the Occupy movement*, <https://www.theguardian.com/world/2012/nov/05/kalle-lasn-man-inspired-occupy>
92. konda.com.tr, *Kimler, Neden Oradalar ve Ne İstiyorlar? Gezi Parkı Araştırması*, <https://konda.com.tr/uploads/konda-geziparkiarastirmasi-49db51fa4b02b7c16ca0fc57776cbcaf079b4a7b2bfb8f65d30b43a5805f7634.pdf>
93. Kuran T., *The Politics of the Revolutionary Surprise*, <https://www.project-syndicate.org/commentary/the-politics-of-revolutionary-surprise>

94. Kurt N. S., Kose S., *What is „New’’ in New New Social Movements: Case Study From Turkey*, http://www.eurofound.europa.eu/sites/default/files/ef_files/docs/events/2014/irec/papers/22_kurt.pdf
95. Laughlin A., *England riots ‘made worse’ by media coverage, finds report*, <https://www.digitalspy.com/media/a373637/england-riots-made-worse-by-media-coverage-finds-report/>
96. Le Cain B., *«Macron démission», «colère», «peuple» : ce que les slogans des «gilets jaunes» racontent du mouvement*, <https://www.lefigaro.fr/actualite-france/2018/12/07/01016-20181207ARTFIG00362-macron-demission-colere-peuple-ce-que-les-slogans-des-gilets-jaunes-racontent-du-mouvement.php>
97. Letsch C., *Social media and opposition to blame for protests, says Turkish PM*, <https://www.theguardian.com/world/2013/jun/02/turkish-protesters-control-istanbul-square#>
98. Louis L., *French media decry 'yellow vest' attacks as protesters criticize press*, <https://www.dw.com/en/french-media-decry-yellow-vest-attacks-as-protesters-criticize-press/a-47233554>
99. maidanua.org, <http://maidanua.org>
100. Mc Veigh K., *Occupy Wall Street: ‘Pepper-spray’ officer named in Bush protest claim*, <https://www.theguardian.com/world/2011/sep/27/occupy-wall-street-anthony-bologna>
101. Meyer B., *Despite Gaza toll, Israeli media focus on Israel*, https://www.cleveland.com/world/2009/01/despite_gaza_toll_israeli_medi.html
102. Minto R., *Twitter’s EM uphill battle*, <http://blogs.ft.com/beyond-brics/2013/10/04/twitter-who-are-the-77/>
103. Moffitt K., *How social media is playing a role in Ferguson*, <https://www.bizjournals.com/stlouis/blog/2014/08/how-social-media-is-playing-a-role-in-ferguson.html>
104. Morar N., *Ja nie komunist!*, <https://natmorar.livejournal.com/36886.html>
105. Morozov E., *Moldova’s Twitter Revolution*, <https://foreignpolicy.com/2009/04/07/moldovas-twitter-revolution/>
106. Morrow A., *Toronto police were overwhelmed at G20, review reveals*, <https://web.archive.org/web/20110624112511/http://www.theglobeandmail.com/news/national/toronto/toronto-police-were-overwhelmed-at-g20-review-reveals/article2073215/>
107. Morton J., *The role of social media in the 2011 London riots: A critical analysis*, https://www.researchgate.net/publication/283641849_The_role_of_social_media_in_the_2011_London_riots_A_critical_analysis
108. Muse T., *Share a Coke a look back at Coca-Cola’s iconic campaign*, <https://www.historyoasis.com/post/share-a-coke>
109. Nasr O., *Tear gas and Twitter: Iranians take their protests online*, <http://edition.cnn.com/2009/WORLD/meast/06/14/iran.protests.twitter/index.html>
110. newsroom.tiktok.com, *Badanie: Jak TikTok wpływa na branżę muzyczną?*, <https://newsroom.tiktok.com/pl-pl/study-how-does-tiktok-affect-the-music-industry>
111. Nişancıoğlu M., *BBC Türkçe Editörü’nden okurlara: Selin Girit’in Twitter mesajları hakkında*, https://www.bbc.com/turkce/haberler/2013/06/130628_nisancioglu_blog_selingirit
112. ntv.com.tr, *Erdoğan: Twitter denilen bir bela var*, <https://www.ntv.com.tr/turkiye/erdogan-twitter-denilen-bir-bela-var,nNAKG2OAMUewglwLKFVNfA>
113. occupywallst.org, *OccupyWallStreet. We are the 99 percent*, <http://occupywallst.org/about/>
114. officialgazette.gov.ph, *A history of the Philippine political protest*, <https://www.officialgazette.gov.ph/edsa/the-ph-protest/>
115. oglobo.globo.com, *Protestos mobilizaram pelo menos 240 mil pessoas em 11 capitais*, <https://oglobo.globo.com/brasil/protestos-mobilizaram-pelo-menos-240-mil-pessoas-em-11-capitais-8716155>
116. OpenNet Initiative, *Internet Filtering In Tunisia – The OpenNet Initiative Report*, <https://nawaat.org/2009/08/12/internet-filtering-in-tunisia-the-opennet-initiative-report/>
117. Oran B., *Taksim-Gezi’nin üç halkası ve AKP*, <https://www.agos.com.tr/tr/yazi/9159/taksim->

118. osce.org, *Guidelines of Freedom of Peaceful Assembly*, <http://www.osce.org/odihr/73405?download=true>
119. Otulak K., *G20 Alternative Media Centre in Toronto*, <https://internetactivism.wordpress.com/tag/g20report/>
120. Özsoy, *Alternatif Medya, Gezi Parki Eylemleri ve Çapul TV Örneği*, „Mersin Üniversitesi Akademik Bilişim Conference”, 2014), <https://ab.org.tr/ab14/bildiri/46.pdf>
121. Paar B., *U.S. Government Asks Twitter to Stay Up for #IranElection Crisis*, <https://mashable.com/2009/06/16/twitter-iran/?europe=true>
122. Parr B., *Facebook Releases Persian Translation for #IranElection Crisis*, <https://mashable.com/2009/06/18/facebook-persian/?europe=true>
123. Parr B., *HOW TO: Track Iran Election with Twitter and Social Media* <https://mashable.com/2009/06/14/new-media-iran/?europe=true>
124. Perouse J.-F., *Hybristanbul. Les grands projets d'aménagement urbain en Turquie*, <https://laviedesidees.fr/Hybristanbul>
125. Perrussel-Morin L., *Istanbul: les Indignes de Taksim*, https://www.lejournalinternational.fr/Istanbul%C2%A0-les-Indignes-de-Taksim_a817.html
126. Piech K., *Leksykon pojęć na temat technologii blockchain i kryptowalut*, <https://www.gov.pl/attachment/55cfaa28-e256-4326-8fb0-f0fef98ff246>
127. Pintak L., *Gaza: of media wars and borderless journalism*, <https://www.arabmediasociety.com/gaza-of-media-wars-and-borderless-journalism/>
128. pressreader.com, *Vandalismo marca ato por transporte mais barato em SP*, <https://www.pressreader.com/brazil/folha-de-s-paulo/20130607/page/1>
129. Preston J., *Occupy Video Showcases Live Streaming*, <https://www.nytimes.com/2011/12/12/business/media/occupy-movement-shows-potential-of-live-online-video.html>
130. Preston J., *Protesters Look for Ways to Feed the Web*, <https://www.nytimes.com/2011/11/25/business/media/occupy-movement-focuses-on-staying-current-on-social-networks.html>
131. prlib.ru, *Decree on Press was Adopted*, <https://www.prlib.ru/en/history/619704>
132. radiorebelde.cu, *About us*, <http://www.radiorebelde.cu/english/about-us/>
133. radiorebelde.cu, *About WSIS*, <https://www.itu.int/net/wsis/basic/about.html>,
134. Reinikainen E., *#iranelection cyberwar guide for beginners*, <https://reinikainen.co.uk/2009/06/iranelection-cyberwar-guide-for-beginners/>
135. Reporters Without Borders, *Internet Under Surveillance 2004 - Tunisia, 2004*, <https://www.refworld.org/docid/46e691963a.html>, 1
136. Rider D., *Pressure builds on Ottawa for compensation*, https://www.thestar.com/news/gta/2010/06/29/pressure_builds_on_ottawa_for_compensation.html
137. risalehaber.com, *Twitter'in Türkiye'de ofis açması için yasayı değiştireceğiz*, <https://www.risalehaber.com/twitterin-turkiyede-ofis-acmasi-icin-yasayi-degistirecegiz-186479h.htm>
138. Robinson A., *Iran powerless to stop revolution by proxy*, <https://www.abc.net.au/news/2009-12-08/iran-powerless-to-stop-revolution-by-proxy/1174832>
139. Ronmossad, *In the end... it doesn't even matter... #iranelection*, <http://ronmossad.blogspot.com/2009/08/in-endit-doesnt-even-matter.html>
140. Rosen J., *The People formerly Known as the Audience*, https://www.huffpost.com/entry/the-people-formerly-known_1_b_24113
141. Rothman N., *Taking Sides in Ferguson*, <https://www.commentarymagazine.com/articles/noah-rothman/taking-sides-in-ferguson/>
142. Ryan Y., *How Tunisia's revolution began*, <https://www.aljazeera.com/features/2011/1/26/how-tunisian-revolution-began>
143. Ryan Y., *Tunisian blogger becomes Nobel Prize Nominee*, <https://www.aljazeera.com/features/2011/10/21/tunisian-blogger-becomes-nobel-prize-nominee/>

144. Salles Y., *Video de brasileira que critica a Copa no Brasil vira hit na web*, <https://www1.folha.uol.com.br/esporte/folhanacopa/2013/06/1297024-video-de-brasileira-que-critica-a-copa-no-brasil-vira-hit-na-web.shtml>
145. Sandy M., *Brasil kicks off: World Cup excess draws hundreds of thousands to streets protests*, <https://www.independent.co.uk/news/world/americas/brazil-kicks-of...cess-draws-hundreds-of-thousands-to-street-protests-8662863.html>
146. sao-paulo.estadao.com.br, *Protesto contra tarifa acaba em caos, fogo e depredação no centro*, <https://sao-paulo.estadao.com.br/noticias/geral,protesto-contra-tarifa-acaba-em-caos-fogo-e-depredacao-no-centro-imp-,1039715>
147. Schwartz M., *Pre-occupied*, <https://www.newyorker.com/magazine/2011/11/28/pre-occupied>
148. sciencenode.org, *How did smartphones evolve*, <https://sciencenode.org/feature/How%20did%20smartphones%20evolve.php>
149. Sherr I., Solsman J.E., *How Ferguson brought live streams into the mainstream*, <https://www.cnet.com/news/how-ferguson-brought-live-streams-into-the-mainstream/>
150. Singer S., *Faroeste urbano*, <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/ombudsman/114199-faroeste-urbano.shtml?origin=folha#>
151. Singh S., *How Many People Use Instagram 2024*, <https://www.demandsage.com/instagram-statistics/>
152. Singh S., *Twitter (X) User Statistics 2024*, <https://www.demandsage.com/twitter-statistics/>
153. Singh S., *YouTube Statistics For 2024 (Users, Facts & More)*, <https://www.demandsage.com/youtube-stats/>
154. sjp.pwn.pl, *Hasło „rewolucja”*, <https://sjp.pwn.pl/szukaj/rewolucja.html>
155. stat.gov.pl, *Spoleczeństwo informacyjne w Polsce w 2022 r.*, GUS, <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/nauka-i-technika-spoleczenstwo-informacyjne/spoleczenstwo-informacyjne/spoleczenstwo-informacyjne-w-polsce-w-2022-roku.2.12.html>
156. statista.com, *Number of internet users worldwide from 2005 to 2023*, <https://www.statista.com/statistics/273018/number-of-internet-users-worldwide/>
157. statista.com, *Number of internet users worldwide from 2009 to 2022, by region*, <https://www.statista.com/statistics/265147/number-of-worldwide-internet-users-by-region/>
158. statista.com, *Percentage of global population accessing the internet from 2005 to 2023, by market maturity*, <https://www.statista.com/statistics/209096/share-of-internet-users-worldwide-by-market-maturity/>
159. Stone B., *Down Time Rescheduled*, https://blog.twitter.com/official/en_us/a/2009/down-time-rescheduled.html
160. Szacki J., *Hasło „rewolucja”*, <https://encyklopedia.pwn.pl/haslo/rewolucja;3967471.html>
161. Szelest K., *Ferdinand Marcos: Złodziej wszech czasów*, <https://historia.rp.pl/historia/art9196101-ferdinand-marcos-zlodziej-wszech-czasow>
162. Szelest K., *Śmierć, która obaliła dyktaturę na Filipinach*, <https://historia.rp.pl/historia/art9610401-smierc-ktora-obalila-dyktature-na-filipinach>
163. Tahaoğlu C., Yöney Y., *Every Park Become Gezi Park in Turkey*, <https://bianet.org/haber/every-park-become-gezi-park-in-turkey-147740>
164. Taylor A., *Why Turkey banned Twitter (and why banning Twitter isn't working)*, <https://www.washingtonpost.com/news/worldviews/wp/2014/03/21/why-turkey-banned-twitter-and-why-banning-twitter-isnt-working/>
165. tedcandle.co.uk, *5 Days in August*, <https://www.tedcandle.co.uk/publications/065%205%20days%20in%20August%20Interim%20Report%20Riots%202011.pdf>
166. telegraph.co.uk, *Students use Twitter to storm presidency at Moldova*, <https://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/europe/moldova/5119449/Students-use-Twitter-to-storm-presidency-in-Moldova.html>
167. Tewary A., *From Occupy Protests to the Platforms*, <https://www.commondreams.org/views/2016/07/22/occupy-protests-platforms>
168. thelocal.fr, *France's 'yellow vest' protests: Timeline of unrest*, <https://www.thelocal.fr/20190113/frances-yellow-vest-protests-timeline-of-unrest/>

169. Tokarski W., *Wpływ mediów społecznościowych na poczucie własnej wartości*, <https://www.wiktortokarski.pl/wplyw-mediow-spoecznościowych-na-poczucie-wlasnej-wartosci/>
170. Tufekci Z., *What Happens to #Fergusson Affects Ferguson*, <https://medium.com/message/ferguson-is-also-a-net-neutrality-issue-6d2f3db51eb0>
171. Türmen R., *THE AFTERMATH: Turkish Government's Retaliation to Gezi*, <https://serdargunes.files.wordpress.com/2013/07/gezi-raporu-chp-2013.pdf>
172. Ulianov V., „Decree on the Press”, <http://soviethistory.msu.edu/1917-2/organs-of-the-press/organs-of-the-press-texts/decreed-on-the-press/>,
173. Ward W., *Social Media and the Gaza Conflict*, <https://www.arabmediasociety.com/social-media-and-the-gaza-conflict/>
174. washingtontimes.com, *EDITORIAL: Iran's Twitter revolution*, <https://www.washingtontimes.com/news/2009/jun/16/irans-twitter-revolution/>
175. Watts J., *Brazil's ninja reporters spread stories from the streets*, <https://www.theguardian.com/world/2013/aug/29/brazil-ninja-reporters-stories-streets>
176. wearethe99percent.tumblr.com, *We Are the 99 Percent*, <http://wearethe99percent.tumblr.com/>
177. Weinstein A., „We Are the 99 Percent” Creators Revealed, <https://www.motherjones.com/politics/2011/10/we-are-the-99-percent-creators/>
178. whatsapp.com, *Informacje o WhatsApp*, <https://www.whatsapp.com/about?lang=pl>
179. White M., *I co-founded Occupy Wall Street. Now I'm headed to Davos. Why?*, <https://www.theguardian.com/commentisfree/2020/jan/18/occupy-wall-street-davos>
180. wiadomosci.onet.pl, *Protesty przeciw szczytowi G20*, <https://wiadomosci.onet.pl/swiat/protesty-przeciw-szczytowi-g20/4zjxd>
181. Wierzbicki M., *JAVA – obiekty refleksyjne*, http://www.programowanieobiektyw.pl/java_obiekty_refleksyjne.php
182. Williams Ch., *London riots: how BlackBerry Messenger has been used to plan two nights of looting*, <https://www.telegraph.co.uk/technology/blackberry/8688651/London-riots-how-BlackBerry-Messenger-has-been-used-to-plan-two-nights-of-looting.html>
183. Willsher K., *One killed and hundreds injured in French anti-Macron protests*, <https://www.theguardian.com/world/2018/nov/17/french-protester-killed-accident-anti-fuel-tax-blockade>
184. Wolin R., *Events of May 1968*, <https://www.britannica.com/event/events-of-May-1968>
185. youtube.com, *IDF*, <https://www.youtube.com/user/idfnadesk>
186. youtube.com, *No, I'm not going to the world cup*, <https://www.youtube.com/watch?v=ZApBgNQgKPU>
187. youtube.com, *NYPD Police Pepper Spray Occupy Wall Street Protesters (Anthony Balogna)*, <https://www.youtube.com/watch?v=TZ05rWx1pig>
188. Zihnioglu O., *The Legacy of the Gezi Protests in Turkey*, <https://carnegieeurope.eu/2019/10/24/legacy-of-gezi-protests-in-turkey-pub-80142>

Spis rysunków

Rysunek 1. Wizualizacja pokazująca artykuły dotyczące Gezi na pierwszych stronach gazet.....	209
Rysunek 2. Liczba potencjalnych ekspozycji, potencjalny zasięg, ilość oryginalnych autorów, całkowita ilość autorów, średnia ilość obserwujących i całkowita liczba tweetów pozyskanych do analizy z firmy Tweet Binder SL.....	221
Rysunek 3. Najbardziej aktywni użytkownicy w analizowanych tweetach.....	226
Rysunek 4. Konta o największej liczbie obserwujących.....	227
Rysunek 5. Użytkownicy o największym wpływie w analizowanych tweetach.....	228
Rysunek 6. Najczęściej retweetowani użytkownicy w analizowanych tweetach.....	229
Rysunek 7. Użytkownicy o największej liczbie polubień w analizowanych tweetach.....	230
Rysunek 8. Przykładowy tweet.....	234
Rysunek 9. Przykładowy tweet.....	234
Rysunek 10. Przykładowy tweet.....	235
Rysunek 11. Przykładowy tweet.....	236
Rysunek 12. Przykładowy tweet.....	237
Rysunek 13. Przykładowy tweet.....	237

Spis tabel

Tabela 1. Liczba obserwujących konta na Twitterze autorów analizowanych tweetów.....	222
Tabela 2. Liczba tweetów na użytkownika wśród autorów analizowanych tweetów.....	223
Tabela 3. Liczba analizowanych tweetów w poszczególnych językach.....	224
Tabela 4. Długość analizowanych tweetów.....	225
Tabela 5. Słowa najczęściej występujące w analizowanych tweetach.....	240

Streszczenie

Mediatyzacja rewolucji

Rozprawa skupia się na badaniu roli, jaką media, a w szczególności media społecznościowe, odgrywają we współczesnych procesach rewolucyjnych. W pracy autor szczegółowo analizuje, jak media wpływają na organizację, przebieg i postrzeganie rewolucji, analizując ten fenomen w kontekście procesu mediatyzacji – wielowymiarowego zjawiska, w którym media przekształcają i integrują się z każdym aspektem życia społecznego, politycznego oraz kulturalnego. Rozprawa akcentuje, że media społecznościowe nie są już tylko neutralnym narzędziem komunikacji, ale stanowią aktywny czynnik wpływający na dynamikę działań rewolucyjnych, zwłaszcza w mobilizacji i koordynacji protestów.

Praca składa się z pięciu rozdziałów, podzielonych na część teoretyczną oraz badawczą. W części teoretycznej autor podejmuje refleksję nad kluczowymi pojęciami, takimi jak mediatyzacja, rewolucja oraz nowe media, natomiast część badawcza zawiera szczegółowe studia przypadków, które mają na celu zastosowanie teorii mediatyzacji w praktyce. W pierwszym rozdziale autor analizuje charakterystykę nowych mediów, takich jak Facebook, Twitter i Instagram, ukazując ich znaczenie w kontekście współczesnej mobilizacji społecznej. Zwraca uwagę na zmiany, jakie te media wprowadziły w sposobie komunikacji społecznej oraz na wyzwania, jakie niesie za sobą ich wykorzystywanie, m.in. zjawiska dezinformacji i manipulacji.

W drugim rozdziale autor zagłębia się w analizę zjawiska mediatyzacji, przywołując różne teoretyczne podejścia, w tym koncepcje Nicka Couldry'ego oraz Andreasa Heppa. Mediatyzacja przedstawiana jest tutaj jako dynamiczny proces, w którym media przeszły od funkcji pasywnego raportowania wydarzeń do aktywnego kształtowania ich przebiegu. Autor zwraca uwagę na teoretyczne ramy mediatyzacji konfliktów, które stają się bazą do analizy roli mediów w procesach rewolucyjnych.

Trzeci rozdział dotyczy samej idei rewolucji. Autor szczegółowo omawia różne definicje rewolucji oraz ich typologie, odnosząc się do teorii kluczowych badaczy, takich jak Timur Kuran czy Crane Brinton. Rozdział ten zawiera także analizę przyczyn rewolucji, które mogą mieć charakter polityczny, społeczny lub ekonomiczny oraz przedstawia etapy, przez które przechodzi każda rewolucja. Rewolucje definiowane są tutaj jako radykalne zmiany w strukturach społecznych, które mają znaczący wpływ na jednostki oraz całe społeczeństwa.

Czwarty rozdział przenosi uwagę czytelnika na konkretne przykłady historycznych rewolucji, takich jak angielska rewolucja z 1640 roku, amerykańska rewolucja z 1775 roku, kubańska rewolucja oraz pomarańczowa rewolucja na Ukrainie. Autor przedstawia ewolucję roli mediów na przestrzeni wieków – od prasy i ulotek w XVIII i XIX wieku, poprzez radio i telewizję w XX wieku, aż po media społecznościowe w XXI wieku. Ukazuje, jak media stają się nie tylko źródłem informacji o rewolucjach, ale także narzędziem, dzięki któremu społeczeństwo organizuje swoje działania i kształtuje swoje opinie o toczących się wydarzeniach.

Piąty rozdział zawiera szczegółową analizę protestów w Parku Gezi w Stambule w 2013 roku, które stanowią jeden z najbardziej jaskrawych przykładów współczesnego wykorzystania mediów społecznościowych w ruchach rewolucyjnych. Autor bada, w jaki sposób media społecznościowe, a zwłaszcza Twitter, wpłynęły na organizację protestów oraz mobilizację uczestników. Analiza tweetów i postów opublikowanych w trakcie wydarzeń ukazuje, jak media te umożliwiły szybki przepływ informacji oraz mobilizowały międzynarodową opinię publiczną. Praca ana-

lizuje także reakcje rządu tureckiego na te wydarzenia, w tym mechanizmy cenzury i kontroli informacji, podkreślając, jak media społecznościowe wpłynęły na sposób, w jaki postrzegano protesty zarówno w kraju, jak i poza jego granicami.

Zakończenie rozprawy koncentruje się na wnioskach dotyczących wpływu mediów społecznościowych na współczesne rewolucje. Autor podkreśla, że rewolucje te są w znacznej mierze kształtowane przez media, które nie tylko relacjonują przebieg wydarzeń, ale aktywnie wpływają na ich dynamikę, organizację oraz percepcję w oczach opinii publicznej. Mediatyzacja rewolucji zmienia sposób, w jaki społeczeństwa uczestniczą w zmianach politycznych, a media stają się kluczowym narzędziem w rękach rewolucjonistów. W końcowej części rozprawy autor zwraca uwagę na konieczność dalszych badań nad wpływem nowych mediów na procesy społeczne i polityczne, szczególnie w kontekście rewolucji i ruchów społecznych, sugerując, że przyszłe badania powinny poszerzać zrozumienie tego zjawiska w coraz bardziej zmediatyzowanym świecie.

Summary

Mediatization of the revolution

The doctoral dissertation focuses on the crucial role that media, particularly social media, play in contemporary revolutionary processes. The author meticulously examines how media influence the organization, progression, and perception of revolutions, analyzing this phenomenon in the context of the process of mediatization — a multidimensional phenomenon in which media transform and integrate with every aspect of social, political, and cultural life. The dissertation emphasizes that social media are no longer just neutral communication tools but have become active factors influencing the dynamics of revolutionary actions, especially in the mobilization and coordination of protests.

The dissertation consists of five chapters, divided into theoretical and research parts. In the theoretical section, the author reflects on key concepts such as mediatization, revolution, and new media, while the research section includes detailed case studies aimed at applying mediatization theory in practice. In the first chapter, the author analyzes the characteristics of new media, such as Facebook, Twitter, and Instagram, highlighting their significance in the context of contemporary social mobilization. Attention is drawn to the changes these media have introduced in social communication and the challenges posed by their use, such as disinformation and manipulation.

In the second chapter, the author delves into the analysis of the mediatization phenomenon, referencing various theoretical approaches, including the concepts of Nick Couldry and Andreas Hepp. Mediatization is presented as a dynamic process in which the media have evolved from passive reporting of events to actively shaping them. The author focuses on the theoretical framework of the mediatization of conflicts, which forms the basis for analyzing the role of media in revolutionary processes.

The third chapter addresses the very concept of revolution. The author thoroughly discusses various definitions and typologies of revolutions, referring to the theories of key scholars such as Timur Kuran and Crane Brinton. This chapter also includes an analysis of the causes of revolutions, which may be political, social, or economic in nature, and presents the stages through which every revolution passes. Revolutions are defined here as radical changes in social structures that have a significant impact on individuals and entire societies.

The fourth chapter shifts the reader's attention to specific examples of historical revolutions, such as the English Revolution of 1640, the American Revolution of 1775, the Cuban Revolution, and the Orange Revolution in Ukraine. The author presents the evolution of the role of media over the centuries—from press and pamphlets in the 18th and 19th centuries, through radio and television in the 20th century, to social media in the 21st century. The chapter illustrates how media have become not only a source of information about revolutions but also a tool through which society organizes its actions and shapes its opinions about ongoing events.

The fifth chapter provides a detailed analysis of the protests in Gezi Park in Istanbul in 2013, one of the most vivid examples of the contemporary use of social media in revolutionary movements. The author examines how social media, especially Twitter, influenced the organization of protests and the mobilization of participants. The analysis of tweets and posts published during the events reveals how these media enabled the rapid flow of information and mobilized international public opinion. The dissertation also analyzes the Turkish government's response to

these events, including mechanisms of censorship and information control, highlighting how social media affected the perception of the protests both domestically and internationally. The conclusion of the dissertation focuses on the findings regarding the impact of social media on contemporary revolutions. The author emphasizes that these revolutions are largely shaped by media, which not only report on the course of events but also actively influence their dynamics, organization, and perception in the eyes of public opinion. The mediatization of revolutions changes the way societies participate in political changes, with media becoming a key tool in the hands of revolutionaries. In the final part of the dissertation, the author highlights the need for further research on the influence of new media on social and political processes, particularly in the context of revolutions and social movements, suggesting that future studies should broaden the understanding of this phenomenon in an increasingly mediatized world.

Rzeszów, dnia

.....

Imię i nazwisko doktoranta

OŚWIADCZENIE

Oświadczam, że złożona przeze mnie rozprawa doktorska

„.....” została napisana przeze mnie samodzielnie.

Oświadczam również, że przedstawiona rozprawa doktorska nie była wcześniej przedmiotem procedur związanych z uzyskaniem stopnia naukowego.

Jednocześnie wyrażam zgodę na jej publiczne udostępnianie.

.....

podpis