

Politeja

Nr 4(91), 2024, s. 25-39

<https://doi.org/10.12797/Politeja.21.2024.91.02>

Licencja: CC BY-NC-ND 4.0

Jerzy JASTRZĘBSKI 

emeritus (bez afiliacji)

[jerzy-jastrzebski@wp.pl](mailto:jerzy-jastrzebski@wp.pl)

# UTOPIE I ŚWIATY ALTERNATYWNE W MULTIMEDIACH, CROSSMEDIACH I TRANSMEDIACH

(WOLNOŚĆ, ODPOWIEDZIALNOŚĆ, BEZPIECZEŃSTWO,  
DOBROSTAN)

**ABSTRACT:** Utopias and Alternative Universes in Multimedia, Crossmedia and Transmedia (Freedom, Responsibility, Security, Well-being)

This article deals with both the relationship between multimedia, crossmedia and transmedia, and the significance of values such as freedom, responsibility, security and wellbeing in contemporary media discourse. It explores how the media often distorts and manipulates the truth.

**Keywords:** multimedia, transmedia, crossmedia, narrations, discourses

**Słowa kluczowe:** multimedia, crossmedia, transmedia, dyskursy, narracje

Przekonanie, że żyjemy w ciekawych czasach, podzielamy z naszymi przodkami i jak oni dziwimy się światu, który nas w różnym stopniu zachwyca i przeraża, bo choć od zawsze starano się nadać mu sens i zrozumieć, to był, jest i będzie – w ludzkim odczuciu – bezładny, nierozpoznawalny, nieprzewidywalny. Z drugiej jednak strony żyjemy nadzieję, że wbrew obawom i pesymistycznym prognozom kiedyś da się ten groźny i nieprzyjazny chaos elementów dookolnej rzeczywistości i życiowych zdarzeń jakoś uporządkować, wprowadzić upragniony ład, dzięki społecznemu postępowi i technologicznym rewolucjom. Ciągłość bowiem nie wyklucza zaskakujących czasem zmian, a właśnie na nich – przynajmniej częściowo – polega; może nawet stanowią one sekwencyjną istotę trwania. Nie negując zatem „stałych historycznych”, trzeba uważnie obserwować „przemijanie postaci świata”. Wydaje się to jednak coraz trudniejsze w różnorodności i natłoku działań, procesów i zjawisk, które próbujemy scalić, uporządkować i zrozumieć w poszukiwaniu związków między ludźmi (jednostkami i grupami), istotami fizycznymi i duchowymi, rzeczami i wyobrażeniami o rzeczach. Usiłujemy pogodzić religię i naukę, teorię i empirię, wiedzę i wiarę, a przekonania i doświadczenia życiowe skonfrontować z ideami... Literatura naukowa i godna tego miana publicystyka podsuwa nam „scenariusze chaosu i niepewności”. Według Immanuela Wallersteina to *obraz zasadniczych problemów strukturalnych, których nie tylko nie da się łatwo rozwiązać, ale nawet złagodzić, obraz wielkiego kryzysu systemu historycznego, nadchodzącego (...) zamętu i dezintegracji*<sup>1</sup>. Trudno się dziwić, że świat bezpośrednio postrzegany jako chaos (niezależnie od diagnoz ekonomicznych, politycznych i społecznych, od statystyk i monitoringów) nie sprzyja myśleniu racjonalnemu, ale narastaniu niepokoju, lęku i ostatecznie – złych emocji: rozczarowaniu, frustracji, gniewu, agresji. Tytuł powieści Faulknera – *Wściekłość i wrzask* – dobrze oddaje istotę reakcji na powszechną wizję nie tylko polskiej rzeczywistości. Mówię o wizji, a nie realiach, bo nieważne jest to, jaki świat jest naprawdę (skąd moglibyśmy to wiedzieć?), ale jakim go widzimy, jakim się nam przedstawia i jakim jest pokazywany w przestrzeni komunikacyjnej poszczególnym ludziom i grupom. Podlegając lokalnym i globalnym zależnościom, mimo największych nawet wysiłków, nie możemy rozróżnić szans rzeczywistych od iluzorycznych ani dostrzec uwikłań i zagrożeń, a następnie rozpoznać ich na drodze własnych, bezpośrednich kontaktów, przekonań i racji dostatecznych. Alternatywą epistemologiczną jest to, co logika nazywa wiarą w autorytety. Niestety, coraz trudniej je znaleźć i zaakceptować, bo kryteria ich identyfikacji i uznawania zawsze były niejasne i takie pozostały. Autorytetów mamy dziś równocześnie za mało (jeśli w ogóle jakieś respektujemy) albo za dużo (pretendentów lawinowo przybywa). Do roli tej kandydują zwykle celebryci, aktorzy, influencerzy, politycy i cała reszta „znanych z tego, że są znani”. Podobnie wygląda sprawa z wartościami, które ulegają narastającej inflacji (ich ilość ciągle się zwiększa w rezultacie popytu i wmówień) niezależnie od równoczesnej, uporczywej

<sup>1</sup> I. Wallerstein, *Utopistyka*, przeł. I. Czyż, Poznań 2008, s. 70.

dekonstrukcji znaczeń terminów i kwestionowania naukowej prawomocności roszczeń aksjologii<sup>2</sup>.

Wszystko to i wiele innych poczynąń czysto poznawczych, bezinteresownych, ale też ukierunkowanych na praktyczne korzyści, znajduje odzwierciedlenie w debatach i dyskusjach prowadzonych przy najróżniejszych okazjach, w wielu miejscach i z odmiennych powodów. Za pomocą dyskursów, w których uczestniczymy lub które oglądamy, próbujemy nasz świat nie tyle pojąć (z tą nadzieją już się pożegnaliśmy), ile oswoić, nadawać mu za pośrednictwem języka sens i formę częściowo przynajmniej zrozumiałą, zakładając, że język, zawsze spóźniony wobec przemijającej postaci świata, jakoś przecież w końcu ją dopada i do niej przylega. Mechanizmy akceptacji bądź negacji rzeczywistości często niewiele jednak mają wspólnego z ogólną wiedzą i szczegółową kompetencją. Nie oznacza to, iż jesteśmy ignorantami, nieorientowanymi z własnej winy w wielkich i małych sprawach otoczenia. Globalizacja sprawiła, że wszystko, co się w nim dzieje, bezpośrednio lub pośrednio nas dotyczy, a równocześnie nie poszerza się zakres indywidualnej i zbiorowej sprawczości opartej na wiedzy o istotnych faktach, nie umacnia się nasza wiara w możliwość wpływu na bieg rzeczy. Sensowne interpretowanie wydarzeń, zjawisk i procesów utrudniają nie tyle medialne kłamstwa czy fake newsy, ile półprawdy, nie tylko prawdy i postprawdy. Wzrastająca gęstość i coraz większe zróżnicowanie przebiegów interakcji oraz lawinowa mobilność jednostek i wielkich mas ludzkich to zjawiska, które mimo zastosowania rewolucyjnych technologii w sferze komunikacji społecznej, redukują znaczenie codziennego doświadczenia. Nie wystarczy nam już naocznosc, uczestnicząca obecność w dostępnym fizycznie środowisku, jeśli chcemy podejmować świadome decyzje, efektywnie funkcjonować, żyć w sposób, który dopuszczają warunki i ograniczenia, a nawet je przewyżczać w dążeniu do satysfakcji czy wymiernego sukcesu. Musimy tedy zdać się na pośredników, w większym lub mniejszym stopniu zaufać dostarczonym przez nich informacjom i opiniom. Nie byłoby w tym nic nowego i szczególnego, gdyby nie fakt odnotowany przez José Orteę y Gasseta prawie sto lat temu. Otóż w jednej z pionierskich analiz zauważa on, że już w zaraniu XX wieku informacja zastąpiła formację – szeroko rozumianą i praktykowaną od tysięcy lat paideę. Rolę rodziny, Kościoła, szkoły, instytucji naukowych i lektury przejęły media jako kolektywny informator, najważniejsze źródło wiedzy i autorytatywny współtwórca opinii publicznej. Opinia nazywana przezeń zbiorową bądź społeczną – twierdzi autor eseju *Historia jako system* (powtarza ją w klasycznym *Buncie mas*) – *staje się rzeczywistością niezależną od jednostek, wobec nich zewnętrzną jak głązy w krajobrazie, z którą jednostki chcąc nie chcąc muszą się liczyć. Nasza opinia osobista może być sprzeczna ze społeczną, ale nie umniejsza to ani odrobinę realności tej ostatniej. Specyficzną i konstytutywną cechą opinii zbiorowej jest, że istnieje ona niezależnie od tego, czy konkretna jednostka ją akceptuje czy nie. Z każdej indywidualnej perspektywy przeświadczenie zbiorowe wydaje się czymś niemal materialnym (...). Przeświadczenie zbiorowe istnieje i ciąży nade mną, mogąc nawet mnie zmiażdżyć, choć ja, określona jednostka,*

<sup>2</sup> A.U. Sommer, *Wartości. Dlaczego ich potrzebujemy, chociaż wciąż ich nie ma*, przeł. T. Zatorski, Warszawa 2021.

wcale nie muszę w nie wierzyć. Owe ponadindywidualne determinanty możemy zatem określić mianem „dogmatu społecznego”<sup>3</sup>. Z niespójności i luk w przeświadczeniach wyłaniają się – według Ortegi y Gasset – idee, osłabiające czasem system nie zawsze i nie w pełni uświadamianych przesądów, ale bez istotnego naruszania jego struktury.

Rolę generacyjnego transmitera idei i przeświadczeń przekazywanych niegdyś bezpośrednio w ramach rodzinnych i środowiskowych tradycji przejęły w XX wieku media elektroniczne, które ciągle przybierają technicznie i organizacyjnie doskonalone postaci, co sprawia, że mogą wywierać coraz większy wpływ na kształtowanie opinii. Nowe technologie, wyrastające z dokonań lat i minionych epok, są z natury antytradycyjne, wręcz rewolucyjne (w sensie Kuhnowskiej teorii gwałtownych zmian naukowych i światopoglądowych paradygmatów). Stare i nowe nauki (fizyka, matematyka, informatyka) oraz kolejne wynalazki oferują mediom sugestywne, „totalizujące” narzędzia i metody, a zarazem doskonałą sposoby ich działania i wykorzystywania, inicjując procesy tworzenia kolejnych idei i przeświadczeń, zależnie od zmiennych potrzeb zleceniodawców – polityków i wielkiego kapitału. Robią to w sposób coraz bardziej inwazyjny; angażują cały obszar świadomości i aparat poznawczy człowieka, wszystkie jego zmysłowe i intelektualne dyspozycje. Przedrostki: multi-, cross-, trans- mają nie tylko sygnalizować proponowane przez uczonych dystynkcje, lecz także przyciągać potencjalnych odbiorców swoją nowością i szeroko reklamowaną atrakcyjnością, będącą efektem wyrafinowanych technicznych innowacji. Multimedia są terminem trudnym do zdefiniowania i nieprecyzyjnym, ale zwykle określa się je jako zbiór środków, w ramach którego za pomocą różnych systemów znakowych następują przekazy treści właściwych ich naturze. W tym znaczeniu książka zawierająca tekst drukowany, transkrypcję fonetyczną, nuty czy reprodukcje nie może być potraktowana jako multimedia. Z drugiej strony dysk komputerowy z tekstem drukowanym, filmami, zdjęciami, muzyką, wokalem – do multimediów w powyższym rozumieniu bezspornie się zalicza<sup>4</sup>.

Kevin Moloney definiuje multimedia, crossmedia i multimedia na podstawie tego, jaką formę przybierają środki przekazu i jakie kanały wykorzystują. Formą medialną jest przy tym język narracji (system semiotyczny), który może równocześnie lub sekwencyjnie zaistnieć w różnych przestrzeniach komunikacyjnych pod postacią tekstu, fotografii, ilustracji, filmu, grafiki, animacji, gier interaktywnych itp. Formy te są wykorzystywane i reprodukowane w kanałach medialnych – czasopismach, książkach, w radio, w telewizji, muzeach, konsolach, na prezentacjach i koncertach, a przede wszystkim w sieci, która stwarza wręcz nieograniczone możliwości dla inwencji twórców i odbiorców, biernych lub interaktywnie zaangażowanych. Narracja multimedialna to – zdaniem Moloneya – jedna opowieść (jeden dyskurs), wiele form i jeden kanał. „Crossmedia” to termin związany z produkcją i rynkiem, odsyłający głównie do komunikacyjnych, medialnych praktyk przemysłu reklamy, PR, kreowania wizerunku

<sup>3</sup> J. Ortega y Gasset, *Historia jako system*, [w:] tegoż, *Idee, przeświadczenia, historia*, przeł. I. Kania, Warszawa 2019, s. 184-185.

<sup>4</sup> S. Göran, *The Multimедiation of the Lifeworld*, [w:] *Semiotics of the Media*, red. W. Nöth, Berlin-Boston 1997, s. 72. Por. też: *Transmedia Change. Pedagogy and Practice for Socially-Concerned Transmedia Stories*, red. K. Moloney, London 2022.

i marki. Mamy tu do czynienia z jedną narracją na wielu kanałach, chodzi bowiem o dotarcie z ofertą do jak najszerszej publiczności<sup>5</sup>. Z kolei transmedia nie ograniczają się do jednej opowieści, dyskursu czy narracji, ale kreują korpus, konglomerat wielu różnych przekazów w ramach tej samej homogenicznej wizji świata. Każda historia (*story*) jest całością, a zarazem elementem nadrzędnego, zintegrowanego światooobrazu. Transmedia są zatem jedną super-narracją (super-dyskursem), ale wieloma opowieściami, formami i kanałami<sup>6</sup>. W odniesieniu do transmediów uwaga badaczy koncentrowała się początkowo na dwóch aspektach fenomenu: 1) narracyjnym, a w szczególności na relacjach między przekazem a środkiem (K. Moloney, D. Renó i J. Flores, R.R. Gambarato i G. Alzamora)<sup>7</sup> oraz 2) partycypacyjnym dotyczącym wpływu odbiorców na kontent (C.H. Davis)<sup>8</sup>. Zajmowano się też konkretnymi problemami dziennikarstwa transmedialnego oraz narracyjnego (K.W.M. van Krieken i J.M. Sanders)<sup>9</sup>, formami (formatami – J. Canavilhas)<sup>10</sup>, czynnikami wywierającymi wpływ na produkcję (J. Mahler)<sup>11</sup> i design (A. Serrano Telleria)<sup>12</sup>.

W dziennikarstwie – pisze João Canavilhas – *terminy: multimedia, intermedia czy cross-media są często niesłusznie, niewłaściwie używane jako synonimy transmediów, chociaż między tymi pojęciami istnieją ważne różnice. Nieporozumienie częściowo wynika stąd, że wszystkie odnoszą się do procesów konwergencji, ale bardziej szczegółowe analizy pozwalają nam znaleźć różnice pozwalające bliżej objaśnić specyfikę transmediów*<sup>13</sup>. Okazuje się, iż produkcja transmedialna, wykorzystująca równocześnie właściwości i zalety poszczególnych środków przekazu, formaty i języki, lepiej niż inne technologie służy narracjom i usprawnia dyskursy, umożliwia realizatorom programów i dziennikarzom głębszą interpretację, dokonywanie pożądanych zmian i szerszą dystrybucję;

<sup>5</sup> Por. D. Davidson i in., *Crossmedia Communications: An Introduction to the Art of Creating Integrated Media Experiences*, Pittsburg PA 2010.

<sup>6</sup> K. Moloney, *Multimedia, Crossmedia, Transmedia... What's is a name?*, Transmedia Journalism. Porting Transmedia Storytelling to the New Business, 21 IV 2014, [online] <https://transmediajournalism.org/2014/04/21/multimedia-crossmedia-transmedia-whats-in-a-name/>, 20 IX 2023; por. też: tenże, *World Building*, Transmedia Journalism. Porting Transmedia Storytelling to the New Business, 15 IV 2011, [online] <https://transmediajournalism.org/2011/08/15/world-building>, 16 IV 2024.

<sup>7</sup> K. Moloney, *Multimedia, Crossmedia...*; D. Renó, J. Flores, *Periodismo transmedia*, Madrid 2012.

<sup>8</sup> C.H. Davis, *Audience Value and Transmedia Products*, [w:] *Media Innovations: A Multidisciplinary Study of Change*, red. T. Storsul, A. Krumsvik, Göteborg 2013, s. 175-190.

<sup>9</sup> K. van Krieken, J. Sanders, *What is Narrative Journalism? A Systematic Review and Empirical Agenda*, „Journalism” 2021, vol. 22, no. 6.

<sup>10</sup> J. Canavilhas, *Jornalismo Transmedia: um desafio ao velho ecossistema mediático*, [w:] *Periodismo Transmedia: Miradas múltiples*, red. D. Renó i in., Bogotá 2013.

<sup>11</sup> J. Mahler, P. Fornelli, *Digital Media Production: A Resource Guide for Advertisers, Public Relations, Journalism, and New Media Professionals in the Viral Age*, San Diego 2023.

<sup>12</sup> A. Serrano Telleria, *Transmedia Journalism: Exploring Genres and Interface Design*, „Tripodos” 2016, no. 38, [online] <https://raco.cat/index.php/Tripodos/article/view/312731/402812>, 5 V 2024.

<sup>13</sup> J. Canavilhas, *Journalism in the Twenty First Century. To Be or Not to Be Transmedia?*, [w:] *Exploring Transmedia Journalism in the Digital Age*, red. R.R. Gambarato, G.C. Alzamora, Hershey PA 2018, s. 3.

odbiorcom zaś pozwala na bardziej aktywną partycypację i (przynajmniej w teorii) kontrolę wymogu niezależności praktyk informacyjnych oraz opiniotwórczych. Wszystko to – według Henry’ego Jenkinsa – poprzez coraz liczniejsze i coraz bardziej sugestywne narracje i dyskursy transmedialne staje się sztuką budowania świata, praktyką, której efektem jest artystyczna kreacja, przykuwający uwagę produkt zbiorowy, jakiego nie może w pełni udostępnić tylko jedno medium<sup>14</sup>.

Co to ma wspólnego z dziennikarstwem? – pyta Kevin Moloney. Przecież z braku miejsca i czasu dziennikarstwo eliminuje redundancje, a ze swej natury i z powodu misyjnych zobowiązań – wyklucza nieprawdę, fantazmaty, zmyślenia, wyobrażenia obiektów, zdarzeń i procesów nieistniejących, niezachodzących, nierzeczywistych. Pozostawia takie komunikacyjne praktyki baśniom, literaturze science-fiction, utopiom i reklamie. Nie kreuje fikcji, nie tworzy opowieści, typów i światów nieobecnych w bezpośrednim ludzkim doświadczeniu. Tak w teorii, bo w praktyce świat empiryczny nie dostępny, poddający się z lepszym lub gorszym skutkiem weryfikacji lub falsyfikacji elementów składowych, został zastąpiony przez rzeczywistość transmedialną, objawianą w zmultiplikowanych kanałach oraz w czasie rzeczywistym interaktywnych gier komputerowych. W tym świecie, gdzie ostatecznie „rekreacja” zastąpi kreację, mamy się dobrze czuć, być może tak dobrze, iż *zabawimy się na śmierć*<sup>15</sup>. Trójca: liberalizm – hedonizm – selfizm zyskała wspaniałe narzędzie propagandy idei, a zarazem znalazła sprzymierzeńca i współtwórcę „nowego wspaniałego świata”, w którym nikt już nie będzie się buntował przeciw wszelkim formom niesprawiedliwości i przemocy, bo w złym wieku wszyscy zyskają dostęp do krainy wiecznego szczęścia. I nie chodzi tylko o to, że media przetworzoną, czy wręcz alternatywną, utopijną rzeczywistość do niedawna jedynie nam **przedstawiały**. Teraz dzięki coraz bardziej zróżnicowanej i angażującej interaktywności sprawiają, iż tym światem, w tym świecie żyjemy, nie tylko zastępczo, ale faktycznie. A przynajmniej coraz intensywniej i dłużej **uczestniczymy** w tym medialnym universum – nie męcząc się jednak ani nie trudząc, wbrew pozorom niczego na lepsze nie zmieniając i nie tworząc. Jak dzień długi – pisze na swym blogu psycholog mediów Pamela Rutledge – aktywnie wykorzystujemy nowe technologie, podążając ochoczo i często bezrefleksyjnie drogami partycypacji, interakcji i współpracy. Tyle że to jedynie gra pozorów, bezowocne i jałowe udawanie prawdziwego życia, iluzja sensownej egzystencji. A równocześnie okazja do nadużyć ze strony oferentów dobrej zabawy i jeszcze lepszego samopoczucia.

Narracje transmedialne konstruują zwartą, wielowymiarową, zwielokrotnioną rzeczywistość angażującą wszystkie zmysły, dostępną dzięki wielu wejściom – furtkom

<sup>14</sup> H. Jenkins, *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, przeł. M. Bernatowicz, M. Filiciak, Warszawa 2006; H. Jenkins, S. Ford, J. Green, *Rozprzestrzenialne media. Jak powstają wartości i znaczenia w usieciowionej kulturze*, przeł. M. Wróblewski, Łódź 2018.

<sup>15</sup> N. Postman, *Zabawić się na śmierć*, przeł. L. Niedzielski, Warszawa 2004; W. Davies, *Przemysł szczęścia. Jak politycy i biznesmeni sprzedali nam well-being*, przeł. B. Kaniewski, Warszawa 2023; J. Galarowicz, *Szczęście na manowcach – liberalizm, hedonizm, selfizm*, Kęty 2017.

i bramom<sup>16</sup>. Dotyczy to nie tylko dyskursów, informacji, opinii, ale również reklamy, PR, kreowania marki i wizerunków. Perswazje marketingowe i polityczne przybierają coraz częściej formę krótkiej opowieści, naśladują bardzo sugestywnie reportaż, elementy serwisów, wiadomości z kraju i ze świata. W atrakcyjnej, transmedialnej oprawie innowacji przemysłu medialnego narracje zawierają różne rodzaje wmówień, iluzji pozornie i powierzchownie skorelowanych z uznanymi wymogami i wzorami kultury, a także normami społecznymi. Media mainstreamowe i w dużej mierze społecznościowe są obecnie przekazem (McLuhan), który coraz wyraźniej odbiega od zawsze dolegliwej rzeczywistości przeżywanej i doświadczanej bezpośrednio (niezależnie od sposobu jej pojmowania, od denotacji i konotacji). Kontent medialny tworzą chaotyczne, nieuporządkowane i niewyraźne zbiory elementów, bez wyraźnych kryteriów poszczególnych przypisań do form i gatunków wypowiedzi lub przedstawień, a pośrednio przypisanych do realiów życia indywidualnego i zbiorowego. Takie kolektywne konstrukty pozostają również w opozycji do znaczeń słów: „program”, „platforma”, „kanał”, ponieważ są przeciwieństwem porządku logicznego i merytorycznego, ładu formalnego i treściowego. W praktyce oznacza to: sztuczność, rozpad, rozmycie granic i niejasność reguł atrybucji.

Powyższe uwagi mają oczywiście charakter modelowy. To, że narracje mogą migrować do kolejnych mediów i stawać się ich składnikami, w praktyce nie dopuszcza do całkowitej swobody wyboru miejsca i czasu wykorzystywania oraz sposobu emisji; nie oznacza, że wszystkie środki mają takie same możliwości i że transpozycje pozostają bez wpływu na przekazywane treści. Transmedialne wędrówki opowieści nie zacierają na ogół ich istotnych znaczeń, ale narracyjny potencjał bywa różnie aktualizowany w bogatym repertuarze możliwości nowych mediów, przy czym nie są one pod tym względem jednakowo „wyposażone”. Jak zauważa narratolog Marie-Laure Ryan – niektóre z nich są „urodzonymi opowiadaczami”, ale inne nie mają w tym zakresie pola do popisu ani zbyt wielu atutów przyciągających swą atrakcyjnością odbiorców (jak choćby wymiaru czasowo-przestrzennego, właściwości kinetycznych, mnogości kanałów, zróżnicowania oddziałujących na zmysły kodów semiotycznych)<sup>17</sup>. Audrey Canalès eksponuje zacierane niekiedy różnice między transmedialnymi narracjami a przekładem i adaptacją. Jej zdaniem te praktyki komunikacyjne mają ze sobą bardzo mało wspólnego. Transmedia wykorzystują wiele platform, umożliwiają swej publiczności partycypację i stanowią część narracyjnego uniwersum (*story universes* lub *storyverses*). Równocześnie jednak większość tych *stories* można uznać za adaptacje lub multimodalne, intersemiotyczne translacje. Wszelako niezależnie od ewidentnych pokrewieństw z transmediami adaptacja ogranicza się do jednego z wielu środków przekazu i systemów semiotycznych, a przekład jest operacją wyłącznie lingwistyczną. Konotacji i denotacji terminów:

<sup>16</sup> P. Rutledge, *We Live in Transmedia World*, [online] <https://www.pamelarutledge.com/speaking-consulting-2/transmedia-storytelling-is-the-future-of-communication/we-live-in-a-transmedia-world/>, 20 III 2024. Por. też: M.L. Ryan, *Transmedia Storytelling: Industry Buzzword or New Narrative Experience?*, „Storyworlds: A Journal of Narrative Studies” 2015, vol. 7, no. 2, s. 1-19.

<sup>17</sup> Taż, *Defining Media from the Perspective of Narratology*, [online] [https://pure.au.dk/ws/files/7562/M-L\\_Ryans-paper.pdf](https://pure.au.dk/ws/files/7562/M-L_Ryans-paper.pdf), 20 XI 2023.

„multimedia”, „crossmedia” i „transmedia” nie da się zredukować ani do translacji, ani do treści i zakresów nazw tradycyjnych środków przekazu i praktyk komunikowania<sup>18</sup>.

Jak już wspomniałem wyżej, narracje transmedialne współtworzone są najczęściej w interakcjach, a nawet po konsultacjach z publicznością (gry komputerowe, inscenizacje muzealne, transmisje z imprez masowych), zależnie od jej upodobań<sup>19</sup>. Odbiorcom najwyraźniej nie przeszkadza to, że opowieści przybierają chaotyczne zestawienia scen i wydarzeń, niekończące się ciągi epizodów, tylko iluzorycznie powiązane w fabularne struktury w rezultacie pośpiesznego montażu o nieczytelnych regułach doboru elementów (gry, seriale, widowiska, serwisy informacyjne). Brak logicznego, temporalnego i przestrzennego ładu, nieciągłość bądź rozproszenie dotyczą nie tylko kreowania wyobrażeń przeszłości czy przyszłości albo – ogólniej – fikcyjnych kosmosów, lecz również inicjowania, prowadzenia i porzucania dyskursów na tematy polityczne, społeczne, ekonomiczne czy kulturalne. Rzeczywistość jawi się w nich nie jako oglądana z wielu perspektyw, względnie zwarta, w miarę stabilna, a przynajmniej pod pewnymi względami zachowująca ciągłość i spójność wizja świata, lecz jako wielość niezrozumiałych elementów, niepołączonych ze sobą w możliwy do pojęcia sposób, na moment prowizorycznie ze sobą poklejonych, ale szybko eliminowanych z obrazka i zapominanych.

Mnogość „transtekstualnych” przekazów angażujących na różne sposoby ich adresatów nie wzbogaca naszej wiedzy o rzeczywistości ani nie wpływa istotnie na jakość, sposoby czy ilość sensownych, użytecznych działań jednostek i grup. Bogactwo możliwości i ogromny, wielowymiarowy potencjał współczesnych mediów odzwierciedlane są w odniesieniu do narracji zróżnicowaną terminologią, ukazującą różne aspekty „opowiadanych światów”: *recreations* (‘odnawianie’, ‘odtworzenie’, ‘tworzenie na nowo’, ‘odnawianie’ – Gilles Bastin)<sup>20</sup>, *extensions, expansions* (‘wielowymiarowość’, ‘rozciągłość’ – Linda Hutcheon i Siobhan O’Flynn)<sup>21</sup>, *variations* (‘różnorodność’, ‘zmienność’ – José Sanders)<sup>22</sup>, *remixes, reimagined stories, retellings*. Potencjał ten jednak nie zawsze jest wykorzystywany w naszym poznawczym interesie i nie zawsze nam służy. Niekiedy – wręcz przeciwnie.

Dzięki współtworzeniu i wykorzystywaniu nowych technologii komunikacyjnych dzisiejsze media mają ogromne, zróżnicowane szanse i narzędzia wywierania wpływu nie tylko na opinię publiczną, postawy i poglądy polityczne czy rodzaje zachowań konsumenckich, ale też na całość wzorów i norm kultury oraz wszystkie wymiary życia

<sup>18</sup> A. Canalès, *Transmedia, Translation and Adaptation: Paralel Universes or Complex System?*, „Translation, terminologie, redaction” 2020, vol. 33, no. 1.

<sup>19</sup> A. van Hoof, J. Sanders, *Participatory Journalism*, [w:] *The SAGE Encyclopedia of Journalism*, red. G. Borchard, Los Angeles 2022, s. 1205-1207.

<sup>20</sup> G. Bastin, *Petit lexique de journalisme*, Grenoble 2018; G. Bastin i J.M. Francony, *Inscriptions, Masks and Data. Datafication of the Web and Interpretation Conflicts around Data in the Invisible Laboratory of Social Sciences*, „Revue d’anthropologie des connaissances” 2016, vol. 10, Issue 4, s. 505-530.

<sup>21</sup> L. Hutcheon, S. O’Flynn, *A Theory of Adaptation*, London–New York 2013, [online] [https://books.google.pl/books/about/A\\_Theory\\_of\\_Adaptation.html?id=PRPRETQ2cYgC&redir\\_esc=y](https://books.google.pl/books/about/A_Theory_of_Adaptation.html?id=PRPRETQ2cYgC&redir_esc=y), 22 IX 2024.

<sup>22</sup> A. van Hoof, J. Sanders, *Participatory Journalism...*

jednostek i społeczeństw. W coraz większej mierze żyjemy i myślimy mediami. Media myślą za nas, a w każdym razie to myślenie wzbogacają lub zubożają przez podsuwanie tematów i sugerowanie opinii. Massmedia mogą nasz i swój własny potencjał wykorzystywać – a raczej mogą być wykorzystywane na różne sposoby, zależnie od zewnętrznych uwarunkowań i ról, jakie wyznaczają im rynek i polityka w ramach kompromisu z użytkownikami (parametry publiczności decydują o cenach reklamy i kosztach propagandy). W gestii swych dyspozytorów i właścicieli są narzędziem mającym coraz więcej skutecznych zastosowań. W skali lokalnej i globalnej służą jednak przede wszystkim maksymalizacji zysków i utrzymywaniu pozycji elit politycznych i finansowych, koncentracji kapitału i poszerzaniu zakresów wpływu, przy równoczesnej imitacji jej kontroli (co było kiedyś najważniejszym zadaniem środków przekazu – „czwartej władzy”). Pozostają one równocześnie uległe wobec odbiorców i użytkowników, których liczba jest wskaźnikiem rynkowej i politycznej opłacalności produkcji. Muszą zatem pełnić role sług dwóch panów: dysponentów (polityków i właścicieli) oraz konsumentów. Ma to swoje wady, bo potencjalnie generuje konflikty interesów, ale też przynosi obu stronom niewątpliwe korzyści. Ze względu na swe instrumentalne funkcje media należą do najbardziej doinwestowanych sektorów usług publicznych. Wyrafinowane i kosztowne narzędzia, którymi się posługują w sferze społecznych interakcji, zwiększają dzięki nowym technologiom potencjał oddziaływania i dynamikę rozwoju przemysłu medialnego. Atrakcyjność i powszechna dostępność kolejnych generacji gadżetów leży w interesie ich producentów, właścicieli i dystrybutorów; równocześnie podnosi poziom niezakłóconego szczęścia, a przynajmniej dobrostanu uczestników zabawy. *Niezliczone badania wskazują, iż pracownicy stają się bardziej produktywni, gdy są szczęśliwi* – pisze William Davies. *Może się to przekładać na wydajność wyższą nawet o 12 procent.* Nie bez korzyści i zysku zatem *politycy i biznesmeni sprzedają nam well-beeing*<sup>23</sup>. Robią to za pomocą różnych strategii, metod i narzędzi, przy czym nowe, zwłaszcza interaktywne środki, zajmują w tym repertuarze antydepresantów jedno z najważniejszych i najefektywniejszych miejsc. To ważne, bo depresja i wypalenie zawodowe oraz ich zdrowotne konsekwencje stały się ostatnio głównymi sprawcami zwolnień lekarskich, przez co naraziły na przykład gospodarkę Stanów Zjednoczonych na 550-miliardowe straty w ciągu jednego tylko roku. Świat jako miejsce pracy stał się stresogenny. A skoro nie umiemy czy nie chcemy go naprawić, to przynajmniej możemy go zignorować i przenieść się – choćby częściowo – w inny wymiar. Media są przy tym mniej szkodliwe niż alkohol czy narkotyki, choć od nich też łatwo się uzależnić. Deprywacja informacyjna jest kwalifikowana przez lekarzy i patologów jako patogenna, ale jak nazwać zjawisko i skutki nadmiaru informacji jałowych poznawczo, nieweryfikowalnych i niefalsyfikowalnych?

Narracje i dyskursy transmedialne, crossmedialne i multimedialne sukcesywnie oddalają się od rzeczywistości i prawdy – zarówno w sferze treści, jak i formy. Na wszystkich swoich kanałach coraz bliższe są fikcji, utopii (eutopii, dystopii) oraz gatunkom literackim właściwym prezentacjom światów alternatywnych czy równoległych. Upodobniają się pod wieloma względami (nawet w wersjach informacyjnych)

<sup>23</sup> W. Davies, *Przemysł szczęścia...*, s. 130.

do „tokszołów” albo tandetnej literatury (melodramat, horror, thriller, naiwna sielanka, romans, powiastka dydaktyczna) lub też do bezładnego zbioru, porwanego ciągu pseudofaktów (niegdyś katalogi „wszelakich dziwów”, *silvae rara*, opowieści fantastyczne o wymyślonych krajach, stworach i ludziach, a obecnie – fake newsy). W ten sposób media odchodzą od rzetelnego informowania, edukowania, komentowania i opiniowania (miały, a przynajmniej kiedyś deklarowały takie ambitne cele i zamiary!) na rzecz dostarczania lekkich, łatwych i przyjemnych treści. Czasami straszą, bo lubimy się bać, jeśli nic nam w naszym przekonaniu bezpośrednio nie grozi i nie widzimy powodów do lęku, bo o realnych niebezpieczeństwach niewiele wiemy i niespecjalnie się nimi przejmujemy (to, co najgorsze, dzieje się daleko i nas nie dotyczy – zarazy, wojny w środkowej Afryce, huragany w Południowej Ameryce itd.). Pogoni za atrakcyjnością i aktualnością, za nowymi doznaniem, możliwymi dzięki wykorzystywaniu rewelacyjnych, „wysokich” technologii, odpowiada bogata oferta, zróżnicowany repertuar sposobów przyciągania uwagi publiczności, której zamiast informacji i przydatnej wiedzy serwuje się lepiej lub gorzej skrywaną perswazję: PR, reklamę, propagandę polityczną, kreowanie wizerunków osób i partii oraz marek towarów. Za pomocą medialnych narzędzi „przemysł szczęścia” zarządzany przez polityków i biznesmenów sprzedaje klientom *well-being* – przenosi ich w utopijne światy zastępcze, co pozwala oderwać się od dolegliwych realiów życia i znieczulić na codzienne troski, zapomnieć o groźnych podmuchach z dalekich stron. Wszelako ów komfort, unikanie poznawczych dysonansów, zamknięcie w bańkach informacyjnych, pogłębia naszą dezorientację i nie zmniejsza obszarów niewiedzy, z którymi przecież kiedyś trzeba będzie się skonfrontować. Ten deficyt jest jednak względny i nie wszystkich dotyczy w równym stopniu. Interaktywne media (zwłaszcza społecznościowe) ułatwiają czy umożliwiają tworzenie wielkich baz danych (Twitter, YouTube, Google), dostarczających potrzebne informacje „władcom algorytmów”<sup>24</sup>, „sternikom świadomości”<sup>25</sup>, „ukrytym przekonywaczom”<sup>26</sup> oraz wynajętym influencerom. Ostatecznie wiedzę przetworzoną przez naukowców odpowiednio do potrzeb i zamówień sponsorów wykorzystuje się nie tylko w celach melioracyjnych, reformatorskich czy konsumpcyjnych. Zdobywa się ją nie dlatego, by bezinteresownie uszczęśliwiać, lecz po to, by zarabiać i rządzić. Informacja o publiczności jest pozyskiwana i wytwarzana przede wszystkim w celu skutecznego monitoringu, a następnie doboru sposobów kontroli emocji, poglądów i postaw zbiorowych oraz sprawowania efektywniejszego nadzoru nad społeczeństwem, niezależnie od ustroju oraz braków czy zapewnień prawnych gwarancji ochrony danych osobowych i prywatności<sup>27</sup>. W zbiorczej perspektywie *big data*, algorytmów, neuronauk oraz interaktywnych multi-, cross- i transmediów świat ludzki jawi się jako „laboratorium”, wymarzone niegdyś przez skrajnych utylitarystów, niektórych socjologów i psychologów, a obecnie

<sup>24</sup> J. Kreft, *Władza algorytmów. U źródeł potęgi Google i Facebooka*, Kraków 2019.

<sup>25</sup> H.I. Schiller, *Sternicy świadomości*, przeł. U. Szczepańczyk, Warszawa 1976.

<sup>26</sup> V. Packard, *Hidden Persuaders*, London 1957.

<sup>27</sup> Tamże, s. 256-296; D. Ariely, *Potęga irracjonalności. Ukryte siły, które wpływają na nasze decyzje*, przeł. T. Grzegorzewska, P. Grzegorzewski, A. Nowak-Młynikowska, Sopot 2018.

ochoczo zaakceptowane przez neoliberalów. Nie ma zresztą potrzeby odwoływania się do jakiejkolwiek teorii filozoficznej, społecznej, politycznej, psychologicznej czy ekonomicznej, skoro bez niej można otrzymać trafne odpowiedzi od matematyków, informatyków i fizyków, którzy po dokonaniu stosownych obliczeń dostarczą zamówioną wiedzę dzięki istnieniu baz danych i odpowiednich algorytmów. Ostatecznie da się uratować neuronaukową koncepcję szczęścia i analizę sieci społecznych, ale to też tylko w aspektach i wymiarach ilościowych<sup>28</sup>. Nie oznacza to, że sieci społeczne pełnią wyłącznie rolę wtórnych przekazników treści i form medialnych. Narracje i dyskursy są generowane, prowadzone i udostępniane również bezpośrednio w sferze komunikacji oralnej i pisemnej (publicystyka, korespondencja prywatna, dzienniki, pamiętniki)<sup>29</sup>, często ulegają jednak wpływowi struktur i treści zapożyczonych z telewizji, radia, prasy czy Internetu<sup>30</sup>. Na szczęście nie zawsze tak się dzieje. Orwellowska dystopia pozostaje ostrzeżeniem i metaforą, a nie świeckim prorocstwem.

Darując sobie wynikię z frustracji humanistów złośliwości, trzeba w końcu zapytać o to, co wspólne mają – czy mieć mogą – transmedialne, crossmedialne i multimedialne narracje oraz dyskursy z wolnością, odpowiedzialnością i bezpieczeństwem. Albo też krócej: co mediom do „wartości”, a „wartościom” do mediów? Lub jeszcze inaczej: jak ma się rzeczywistość „narracyjna” i „dyskursywna” do realiów naszego życia, do codziennych doświadczeń w przestrzeni publicznej i prywatnej, do naszej wizji świata i związanego z nią samopoczucia? Czy nie jest tak, iż wolność jest we wszystkich wymiarach i na wszystkich polach systematycznie ograniczana, a w zamian za obietnice dobrobytu, za zgodę na poważne restrykcje motywowane odpowiedzialnością (Państwo, Naród, Europa, Ludzkość, Ziemia, Kosmos) oraz rzekomymi wymogami bezpieczeństwa oferuje nam się groteskowe namiastki swobód (wybór płci!)? Pod przebraniem rozlicznych przymusów „odpowiedzialność” narzucana jest dziś ludziom w nadmiarze i nie kontrolą nadużyć wolności (brak dyscypliny społecznej, skłonność do anarchii, rzekomo dziedziczone warcholstwo, lekceważenie dobra wspólnego) winniśmy się szczególnie zajmować, lecz wspomaganie zniewolonych i obroną naszych elementarnych swobód we wszystkich dziedzinach życia. Dyskursem na temat bezpieczeństwa wołałbym się nie zajmować z powodu totalnej ignorancji własnej i dyskursantów, spowodowanej być może brakiem w tej dziedzinie minimalnej transparentności i wiarygodności. Słucham jednak ekspertów internetowych i telewizyjnych przenoszących nas w iluzoryczne światy. Czasem, próbując zachować przytomność i obecność w świecie rzeczywistym, czytam artykuły (zazwyczaj przepisane z prasy zachodniej) pełne szczegółowych opisów poszczególnych rodzajów broni na stanie WP oraz efektów dotychczasowych zastosowań wytworów przemysłu śmierci. Nie mam zdania na temat, czy i ile warto kupować albo produkować, co powinniśmy mieć, a bez czego się

<sup>28</sup> W. Davies, *Przemysł szczęścia...*, s. 216-255.

<sup>29</sup> K. van Krieken, J. Sanders, *Linguistic Perspective in Written Discourse*, [w:] *Creating a More Transparent Internet: The Perspective Web*, red. P. Vossen, A. Fokkens, Cambridge 2022.

<sup>30</sup> K. van Krieken, J. Sanders, *Storytelling and Oral Grounds. Viewpoint and Perspective Taking in Narrative Discourse*, „Frontiers in Psychology” 2021, vol. 12.

obejdziemy. Opinie są sprzeczne, a ich autorzy wpisują się bardziej w polityczny niż rzeczowy dyskurs, ze względu na brak kompetencji i bezstronności. Wybierają lub wymyślają to, czego życzy sobie redakcja i różnej maści sponsorzy ze świata władzy i biznesu. Ignorantowi muszą wystarczyć dyskursy i narracje „kompetentnych i wiarygodnych” autorytetów: polityków, dyżurnych ekspertów, dziennikarzy, uczonych i artystów. Poinformowany, pouczony i nastawiony mam lepsze samopoczucie – to trochę tak, jakbym dzięki słuchaniu i patrzeniu stał się w nieco większym stopniu uczestnikiem niż tylko bezsilnym, niezaangażowanym emocjonalnie obserwatorem.

Na zasadzie błędnego koła projekcja i identyfikacja warunkują tworzenie egzystencji równoległych i wszelkiego rodzaju eskapistycznych prywatnych utopii. Media społecznościowe wydają się potwierdzać i aktualizować koncepcję kultury masowej Edgara Morina<sup>31</sup> sprzed 60 lat, przedstawioną w *Duchu czasu*. Powszechne poczucie braku wpływu na bieg rzeczy w wymiarach indywidualnych i społecznych, w skali lokalnej i globalnej, skłania do poszukiwania sposobów życia zastępczego. Polityka opanowana przez rynek gorliwie je podsuwa w postaci gotowych „wzorów zachowań”, „norm” i „wartości”, które mają rzekomo moc absolutnie zobowiązującą. Wbrew temu, co twierdzi Andreas Urs Sommer, nie wszystkie są fikcjami, ale można się z nim zgodzić w tym, że *społeczeństwa spragnione są fikcji – im więcej oświecenia, tym silniejsza potrzeba fikcji i fikcjonalizacji*<sup>32</sup>.

Wykorzystując techniczne atrakcje nowych mediów, można bardzo sugestywnie rozprawiać np. o wolności, odpowiedzialności i bezpieczeństwie. Do dyspozycji narratorów i dyskursantów nauka, rynek, biznes i polityka oferują wiele powiązanych ze sobą systemów semiotycznych oraz medialnych narzędzi wzmacniających perswazję i argumentację. Budujące opowieści i naukowo generowane retoryki nie wykreują jednak nigdzie i w żadnym wypadku poczucia sprawczości i podmiotowości, jeśli przeczy im codzienne potoczne doświadczenie i zwykłe zdroworozsądkowe pojmowanie nagiej prawdy. „Wolność”, „odpowiedzialność”, „bezpieczeństwo” w języku i świadomości Polaków XXI wieku istnieją – jako nazwy i odpowiadające im pojęcia. Trudno jednak powiedzieć, w jakiej relacji te byty-niebyty idealne-realne pozostają z czymś, co rzeczywiście przeżywamy i czego doświadczamy. Z narracji i dyskursów medialnych się tego nie dowiemy. Prawdy w mediach można się doszukać – niestety jednak nie całej i nie tylko jej. A prawda okrojona i zarazem przyozdobiona jest gorsza niż kłamstwo.

Przed wielu laty jeden z amerykańskich medioznawców i menadżerów zasłynął powiedzeniem: *Świat jest złą telewizją, trzeba z niego zrobić dobrą telewizję*. Myślę, że to samo da się odnieść dziś nie tylko do telewizji, ale też do całej konstelacji multimediów, transmediów i crossmediów. Może zresztą tak się stało; może to, co sugerowane i przepowiadane, już się ziściło. Nie wykluczam jednak, że błędę; skąd mam wiedzieć, jak mam poznać prawdę, całą prawdę i tylko prawdę, ja – zwykły człowiek zagubiony w naszym komunikacyjnym kosmosie, w różnych światach i wymiarach istnienia?

<sup>31</sup> E. Morin, *L'esprit du temps. Essai sur la culture de masse*, Paris 1962 (wersja polskojęzyczna: tenże, *Duch czasu*, przeł. A. Frybesowa, Kraków 1965).

<sup>32</sup> A.U. Sommer, *Wartości...*, s. 242.

## BIBLIOGRAFIA

- Ariely D., *Potęga irracjonalności. Ukryte siły, które wpływają na nasze decyzje*, przeł. T. Grzegorzewska, P. Grzegorzewski, A. Nowak-Młynikowska, Sopot 2018.
- Bastin G., *Petit lexique de journalisme*, Grenoble 2018.
- Bastin G., Francony J.M., *Inscriptions, Masks and Data. Datafication of the Web and Interpretation Conflicts around Data in the Invisible Laboratory of Social Sciences / L'inscription, la masque et la donnée: Datafiction du web et conflits d'interprétation autour des données dans un laboratoire invisible des sciences sociales*, „Revue d'anthropologie des connaissances” 2016, vol. 10, Issue 4, 2016, s. 505-530, <https://doi.org/10.3917/rac.033.0505>.
- Canalès A., *Transmedia, Translation and Adaptation: Parallel Universes or Complex System?*, „Translation, terminologie, redaction” 2020, vol. 33, no. 1, s. 55-78, <https://doi.org/10.7202/1071148ar>.
- Canavilhas J., *Jornalismo Transmedia: um desafio ao velho ecossistema mediático*, [w:] *Periodismo Transmedia: Miradas múltiples*, red. D. Renó i in., Bogotá 2013, <https://doi.org/10.13140/2.1.3488.4802>.
- Canavilhas J., *Journalism in the Twenty First Century. To Be or Not to Be Transmedia?*, [w:] *Exploring Transmedia Journalism in the Digital Age*, red. R.R. Gambarato, G.C. Alzamora, Hershey PA 2018, <https://doi.org/10.4018/978-1-5225-3781-6.ch001>.
- Davidson D. i in., *Crossmedia Communications: An Introduction to the Art of Creating Integrated Media Experiences*, Pittsburg PA 2010.
- Davies W., *Przemysł szczęścia. Jak politycy i biznesmeni sprzedali nam well-being*, przeł. B. Kaniowski, Warszawa 2023.
- Davis C.H., *Audience Value and Transmedia Products*, [w:] *Media Innovations: A Multidisciplinary Study of Change*, red. T. Storsul, A. Krumsvik, Göteborg 2013, s. 175-190.
- Galarowicz J., *Szczęście na manowcach – liberalizm, hedonizm, selfizm*, Kęty 2017.
- Exploring Transmedia Journalism in the Digital Age*, red. R.R. Gambarato, G.C. Alzamora, Hershey PA 2018, <https://doi.org/10.4018/978-1-5225-3781-6>.
- Göran S., *The Multimедiation of the Lifeworld*, [w:] *Semiotics of the Media*, red. W. Nöth, Berlin–Boston 1997, <https://doi.org/10.1515/9783110803617-004>.
- van Hoof A., Sanders J., *Participatory Journalism*, [w:] *The SAGE Encyclopedia of Journalism*, red. G. Borchard, Los Angeles 2022, s. 1205-1207, <https://doi.org/10.4135/9781544391199.n302>.
- Hutcheon L., O'Flynn S., *A Theory of Adaptation*, London–New York 2013, [online] [https://books.google.pl/books/about/A\\_Theory\\_of\\_Adaptation.html?id=PRPRcTQ2cYgC&redir\\_esc=y](https://books.google.pl/books/about/A_Theory_of_Adaptation.html?id=PRPRcTQ2cYgC&redir_esc=y).
- Jenkins H., *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, przeł. M. Bernatowicz, M. Filiciak, Warszawa 2007.
- Jenkins H., Ford S., Green J., *Rozprzestrzenialne media. Jak powstają wartości i znaczenia w sieciowej kulturze*, przeł. M. Wróblewski, Łódź 2018.
- Kreft J., *Władza algorytmów. U źródeł potęgi Google i Facebooka*, Kraków 2018.
- van Krieken K., Sanders J., *What is Narrative Journalism? A Systematic Review and an Empirical Agenda*, „Journalism” 2021, vol. 22, no. 6, s. 1393-1412, <https://doi.org/10.1177/1464884919862056>.

- van Krieken K., Sanders J., *Storytelling on Oral Grounds: Viewpoint Alignment and Perspective Taking in Narrative Discourse*, „Frontiers in Psychology” 2021, vol. 12, <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.634930>.
- van Krieken K., Sanders J., *Linguistic Perspective in Written Discourse*, [w:] *Creating a More Transparent Internet: The Perspective Web*, red. P. Vossen, A. Fokkens, Cambridge 2022, <https://doi.org/10.1017/9781108641104.005>.
- Mahler J., Fornelli P., *Digital Media Production: A Resource Guide for Advertisers, Public Relations, Journalism, and New Media Professionals in the Viral Age*, San Diego 2023.
- Transmedia Change. Pedagogy and Practice for Socially-Concerned Transmedia Stories*, red. K. Moloney, London 2022, <https://doi.org/10.4324/9781003150862>.
- Moloney K., *Multimedia, Crossmedia, Transmedia...What's is a Name?*, Transmedia Journalism. Porting Transmedia Storytelling to the New Business, 21 IV 2014, [online] <https://transmediajournalism.org/2014/04/21/multimedia-crossmedia-transmedia-whats-in-a-name/>.
- Moloney K., *World Building*, Transmedia Journalism. Porting Transmedia Storytelling to the New Business, 15 IV 2014, [online] <https://transmediajournalism.org/2011/08/15/world-building>.
- Morin E., *Duch czasu*, przeł. A. Frybesowa, Kraków 1965.
- Morin E., *L'esprit du temps. Essai sur la culture de masse*, Paris 1962.
- Ortega y Gasset J., *Historia jako system*, [w:] tegoż, *Idee, przeświadczenia, historia*, przeł. I. Kania, Warszawa 2019.
- Packard V., *Hidden Persuaders*, London 1957.
- Postman N., *Zabawić się na śmierć*, przeł. L. Niedzielski, Warszawa 2004.
- Renó D., Flores J., *Periodismo transmedia*, Madrid 2012.
- Rutledge P., *We Live in Transmedia World*, [online] <https://www.pamelarutledge.com/speaking-consulting-2/transmedia-storytelling-is-the-future-of-communication/we-live-in-a-transmedia-world/>.
- Ryan M.L., *Transmedia Storytelling: Industry Buzzword or New Narrative Experience?*, „Storyworlds: A Journal for Narrative Studies” 2015, vol. 7, no. 2, s. 1-19.
- Ryan M.L., *Defining Media from the Perspective of Narratology*, [online] <https://pure.au.dk/ws/files/7562/M-L-Ryans-paper.pdf>.
- Schiller H.I., *Sternicy świadomości*, przeł. U. Szczepańczyk, Warszawa 1976.
- Serrano Telleria A., *Transmedia Journalism: Exploring Genres and Interface Design*, „Tripodos” 2016, no. 38, s. 67-85, [online] <https://raco.cat/index.php/Tripodos/article/view/312731/402812>.
- Sommer A.U., *Wartości. Dlaczego ich potrzebujemy, chociaż wciąż ich nie ma*, przeł. T. Zatorski, Warszawa 2021.
- Wallerstein I., *Utopistyka*, przeł. I. Czyż, Poznań 2008.

---

**Jerzy JASTRZĘBSKI** – profesor doktor habilitowany, ur. 1945 w Częstochowie. Ukończył filologię polską i filozofię na Uniwersytecie Wrocławskim. Pracował na Uniwersytecie Wrocławskim, DSW we Wrocławiu, Uniwersytecie SWPS (Wrocław) na Wydziale Łalkarskim PWST w Krakowie, na Uniwersytecie w Sarajewie i Uniwersytecie Papieskim Jana Pawła II w Krakowie. Jest autorem 18 książek oraz kilkuset artykułów naukowych, esejów i tekstów publicystycznych.