



folk/ed. Derg, 2022; 29(2)-110. Sayı

Çeviri - Translation

Yeni Folklor Tür Teorisine Doğru

(Hajduk-Nijakowska, J. (2015). Towards the New Folklore Genre Theory. Slovenský národopis, 63(2), 161-173)

(Çev. / Translator) Ayşe Ünlü*

Öz

Yeni medyanın, özellikle internetin hızlı gelişimi, kültürde büyük değişimleri tetiklemiş ve metinlerin statüsünde genel bir değişime neden olmuştur. Bu değişiklikler yeni bir folklor tür teorisini gerektirmektedir. Yeni multimedya alanı olan internete girdiklerinde folklor metinlerini oluşturan tek unsur artık söz değildir. E-folklor olarak bilinen ve farklı anlatım araçlarını bir araya getiren olgular, bir yandan geleneksel folklorla (anonimlik, kolektivite, çok değişkenli boyut ve geleneğin değerine vurgu nedeniyle benzerlik gösterirken), diğer yandan benzersiz dinamikleri nedeniyle oldukça farklıdır. Yeni teknolojiler, folklor etkinliğinin belirtilerini göstererek ağ kullanıcılarının yaratıcı etkinliklerini başarılı bir şekilde teşvik eder. Sonuç olarak, yalnızca geleneksel türler ilerici değişikliklere ve dönüşümlere (ör. zincirleme mektuplar, virüslere karşı sahte uyarılar, şehir efsaneleri, söylentiler, komplo teorileri, mucizevi olaylar, e-vahiyler) tabi değildir, aynı zamanda yeni biçimler ve türler (yeni İnternet-tabanlı mizah, photoshop, İnternet memleri, bloglar, sohbetler) ve ayrıca sözde görsel folklor fenomenleri yaratılır. Kullanıcıların sosyal ağ web sitelerindeki

* Edebiyat Öğretmeni, Uluslararası Kıbrıs Üniversitesi Türk Dili ve Edebiyatı Yüksek Lisans Öğrencisi. (Literature Teacher, Cyprus International University Turkish Language and Literature Master's Student).ayse.unlucc@gmail.com ORCID 0000 000323083745

etkinlikleri de önemlidir. Bu çağdaş folklor mesajlarının yapısını zenginleştirir ve aynı zamanda sanal topluluğun duygu ve hayal gücünü güçlendirir. Ayrıca, medya bağlamında işleyen modern folklor, popüler kültür içeriğini yaratıcı bir şekilde kullanır. Bu durumda, belirli iletişim durumlarının modelleri olarak anlaşılan folklor türlerinin yalnızca varlığına değil, aynı zamanda dönüşümlerine de ilham veren çağdaş folklor yaratma durumlarının bağlamını analiz etmek gerekir.

Anahtar sözcükler: folklor tür teorisi, folklor yaratan durumlar, yeni türler, e-folklor, görsel folklor

Folklor (halk bilgisi) türünün özellikleri hakkındaki tartışma, bilimsel disiplinin kendisinin gelişmesiyle birlikte yoğunlaşmış, bu da araştırma konusunun algılanma perspektifinde bir değişikliğe yol açmış ve bunun sonucunda edebiyat bilimi paradigmasının halkbilimce terk edilmesi ihtiyacını doğurmuştur. Sonuç olarak, edebî çalışmaların tür teorisi üzerine modellenen folklor türleri teorisi amaçsız hale gelmektedir. Folklor herhangi bir formüle edilmiş poetika kullanmaz ve tür kavramı edebiyat bilimi anlamında kullanılamaz. Czesław Hernas yıllar önce türler açısından folklorun çeşitliliği üzerine bir tartışma sırasında (Hernas, 1976: 9), aynı zamanda anlatıcının yaratıcı rolünü açığa çıkararak, “Folklorun formüle edilmiş normatif poetikaları yoktur; yalnızca içkin normatif poetikaya sahiptir.” demiştir. Roch Sulima da onu desteklemiştir: “Tür kavramı bir araştırma yapısı, folkloristikte tarihsel ve sistemleştirici bir düşünce tarzıdır. Folklorlarda işleyen bir kültürel model vardır (folkloristikte değil). Belirli bir dünya modeli tarafından yaratılan tipik varoluşsal durumlara çeşitli metinler (farklı türlerdeki metinler dahil) katar” (Sulima, 1976: 11).

Bir Folklor Türünü Birlikte Oluşturan Bir Element Olarak Durumsal Bağlam

Bir türün özelliklerini belirlemenin temeli, dinamik değişikliklere tabi olan tekrarlanan sayıda tek metindir. Bu nedenle, uzun zaman önce, bir tür (tipolojik açıdan materyal) belirlemek için efsane türünü (Almanca: Sage, Fransızca: l'egende locale) (Hajduk-Nijakowska, 1980) analiz ederken sonuca vardığım gibi, bir folklor iletişiminin gönderildiği durumun tüm bağlamının yanı sıra anlatıcının yaratıcı etkinliği ve alıcıların bir folklor etkinliğine katılımı da (mesajı gönderirken geri bildirim) dikkate alınmalıdır. Odağı metnin kendi içinde işlev gördüğü bağlama kaydırmak, tür kavramının öncelikle icracının (anlatıcının) niyetlerine atanan belirli bir iletişim durumunun bir modeli olarak algılanmasına neden olur (yukarıda sözü edilen Sulima'nın 'kültürel modeli').

Yukarıdaki konu, halk masallarının türlerini ayırmak için teorik temeller formüle eden Jolanta Ługowska tarafından da gündeme getirilmiştir: “folklorlarda yaratıcı sürecin dinamik bileşenlerini üstlenme yeteneği, tür teorisi araştırmasında, edebiyat kuramında popüler olan belirli bir iletişim durumunun bir modeli olarak bir tür kavramının uygulanmasıyla şartlandırılır.” (Ługowska, 1986: 12). Verilen durumda, türün gelişiminde (bir metnin “kullanım” biçimi) önemli bir rol, onun pragmatik boyutuyla bağlantılı iletişim niyeti tarafından oynanır.

Ługowska, folklor türlerinin, “niyetlerin ifadesinin” önemli rol oynadığı, “yüksek derecede yaygınlaştırılma, basitleştirilme ve tahmin edilebilirliğinin yanı sıra neredeyse yaygın bir oluşum nedeniyle, Bachtin tarafından tanımlanan birincil konuşma türleri olarak kabul edilebileceğine” inanmaktadır (Ługowska, 2002: 15).

Aktarım sürecine bu şekilde odaklanmak, vurguların aynı zamanda iletişim (üretken) durumlarının folklor işlevlerine doğru kaydırılmasını, kültürel bağdaşıklıklarının ortaya çıkarılmasını ve metin oluşumu sırasında anlatıcı ve dinleyici(ler) arasındaki etkileşimlerin analiz edilmesini gerektirir. Yukarıdakiler, performans stiline dinleyiciler tarafından değerlendirilmeye tabi olduğunu ve değerlendirmenin “aktarılan hikâyelerin süresi ve istikrarı hakkında ortak karar verdiğini” belirten Herman Bausinger tarafından halihazırda varsayılmıştır (Bausinger, 1975: 326).

Doğrudan (doğal, temas) aktarımın işleyiş özelliklerinin, iletişim durumlarının kültürel koşullarını algılayan ve böyle bir aktarım sırasında “gönderme ve alma sürecinin eşzamanlılığı” tarafından belirlenen yaratıcı sürece işaret eden Kiril V. Chistov tarafından da analiz edildiğini söyleyerek yukarıdaki ifadeyi genişletmeliyim (Czistow¹, 1977: 47). Bu eşzamanlılık, bir yandan “icracının ve eşlik eden dinleyicinin veya seyircinin duygularının paralellik ve eşzamanlılığından oluşan sözde ortak katılım etkisini” güçlendirirken, diğer yandan geri bildirim yoluyla aktarılan içerik çeşitliliğini ve eşzamanlılığını alıcının “bir folklor metninin varlığının sonraki aşamasında ilki kadar değerli bir icracı haline gelebildiği” zaman etkiler (Czistow, 1977: 50). Chistov’un, Piotr G. Bogatyriev² ve Roman Jacobson’ın³ (1973) önceki kavramıyla genişletilen, folklorun belirli bir edebi eser biçimi (özellikle önleyici sansürün rolü) olarak analizine ilişkin yorumları, “doğal” bir konuşmada bir metnin işleyişinin özelliklerini incelemenin karmaşık bir bakışa ihtiyaç duyduğunu ve hepsinden önemlisi anlatı etkinliğini belirli bir sosyal grup tarafından dünyayı anlama ve öğrenme yolunun özel bir yaratımı olarak ele aldığını fark etmemizi sağlar.

Ayrıca, Victor Gusiev’in vardığı sonuçlar da ilginçtir; folklorun bağdaştırıcı karakterinin “barizliğini” açığa çıkararak, bir türü, tipolojik perspektiften önemli, türlerin dönüşümlerine duyarlı bir biçim, “bunlar – diyelim ki – fenomenler başkalarına dönüşmeye devam ettiğinde meydana gelen düğümler” olarak değerlendirmiştir (Gusiew, 1974: 167⁴). Ayrıca, özellikle tür teorisinin çağdaş değerlendirmeleri açısından da önemli olan: “Garip bileşenlerin özümsemesi süreci, folklorun sınırlı özelliklerinden biridir; dolayısıyla folklor, çeşitli faktörlerin eklektik bir bileşimi değil, kendi kurallarına göre gelişen bir sanat türüdür” (Gusiew, 1974: 125).

Folklor Türlerinin Çağdaş Dönüşüm Yönleri

Yukarıda atıfta bulunulan tüm sonuçlar, orallık, estetizm ve kırsal karakter paradigması tarafından belirlenen “klasik” folkloru açıkça ele alır. Bu paradigma, bildiğimiz gibi, son zamanlarda sorgulanmıştır, çünkü medyanın gelişmesi ve kültürel içeriklerin yeni aktarım biçimlerinin genişlemesi nedeniyle, folklor bu haliyle değişmiştir. Bununla birlikte, klasik yazarların sonuçları bize çağdaş folklor fenomenlerinin yorumlanma yönünü göstermektedir.

İletişim (üretken) durumlarının folklorun işleyişi üzerinde ve aynı zamanda folklor türlerinin işleyiş şekli üzerinde büyük ölçüde etkisi olduğunu varsayarsak, o zaman, medya ve folklor taşıyıcıları arasında meydana gelen ilişkileri ihmal ederek, folklor fenomenini günümüzde analiz edemeyiz. Medyanın folklor alanında genişlemesi, yalnızca insanları medya ile bağlayan yeni etkileşimlerin gelişimi üzerindeki etkileriyle sonuçlanmakla kalmaz, aynı zamanda insanlar arasındaki etkileşimleri yönlendirir, hikâyelerin anlatılmasını teşvik eden ve geleneksel sözlü anlatım biçimlerinin dönüştürülmesine neden olan spontane durumların ortaya çıkmasına ilham verir (HajdukNijakowska, 2007). Bugün, insanlar arasında yeni ilişkiler yaratan elektronik medyanın (özellikle internetin) ortaya çıkmasıyla belirlenen yeni bir kültür türüyle karşı karşıyayız. Bu tür dönüşümler, folkloristiği antropolojik boyutta yakalama eğilimlerini açıkça desteklemektedir (Hajduk-Nijakowska, 2011)- ayrıca metinlerin statüsünde genel bir değişikliğe yol açmaları nedeniyle, yeni bir folklor tür teorisinin geliştirilmesini gerektirir. Söz, özellikle yeni bir multimedya alanı olan İnternet'e indiğinde, bir folklor mesajını oluşturan tek bileşen değildir. Eugeniusz Wilk'in görüşüne göre önemli bir düzenliliği ifşa eden metinlerin yapısını yeni teknolojik çözümler istila etmiştir: "Doğrudan konuşmanın birincil şeması, teknik faktörlerin etkisi altında büyük değişikliklere ve değişikliklere tabidir [...] teknolojik koşulların belirlediği anlamlar yorumlanmadığı takdirde medya konuşmalarında gizlenen anlamlar, mesajın özü ihlal edilmeden okunamaz." (Wilk, 2009: 25). İnternet, bir bakıma "konuşmanın yazılı hale getirilmesini ve aynı zamanda yazı dilinin de sözlü hale getirilmesini" (Górska- Olesińska, 2005: 458) gerektirir ve ayrıca e-konuşma ortamında ikonografik ve görsel-işitsel bileşenlerin aktif kullanımına ilham verir.

Önceden esas olarak doğrudan dolaşımda bulunan (ki bu açıkça metin yapısının değişmesiyle bağlantılıdır) içeriğin İnternet tarafından (kuşkusuz ki ağ kullanıcıları nedeniyle) "absorbe edilmesi", çağdaş folklorlarda meydana gelen büyük değişikliklerin yönlerinden sadece bir tanesidir. Yeni yaratıcı etkinlik biçimleri, internetin etkileşiminden esinlenen folklor alanında çok daha önemli görünmektedir (HajdukNijakowska, 2010b). Ağın çok ötesinde var olan içerik, İnternet'e oldukça açık bir şey olarak girdikten sonra, aynı zamanda, formüllerini kalite açısından zenginleştiren ve yeni medyanın sosyal boyutunu birlikte yaratan İnternet ilhamına, internet kullanıcılarını gerçeklerden habersiz bırakarak, başarıyla "teslim olur". Ve bu, günümüzün folklor araştırmaları için en heyecan verici görevdir. Halk geleneği, "incelenen meselelere yönelik olası referans çerçevelerinden, bakış açılarından ve yaklaşımlardan birini belirlemekten daha fazlasını yapamaz; ancak temel araştırma paradigmaları şimdiki zamanda sağlanmalıdır" (Waliński, 1999: 98).

Tekrar edelim, bu günlerde folklor fenomenlerini medya bağlamını varsaymadan analiz etmek imkânsızdır. Diğerlerinin yanı sıra, folklorun yeni bir işlev oynadığı iki aşamalı bilgi akışı olgusuyla karşı karşıya kaldığımız medya tarafından iletilen içeriğin alınma sürecini incelemek yeterli olabilir; bu, bir yandan geleneksel folklor anlatı biçimlerini kullanırken, diğer yandan his ve duyguları medya tarafından desteklenen anlatıma "çevirme" modelleri, "uyarılmış" doğrulama formülleri, ve bir hikâyenin belirli bir çeşidini kullanarak medya tarafından aktarılan içerikleri teşvik eder (Hajduk-Nijakowska, 2012). Bu nedenle, geniş kapsamlı dönüşümlere tabi olduklarından, çağdaş aktarımda geleneksel içerik ve türlerin varlığı-

nı tartışmak zordur. “Dün (...) bir halk metni olan bir metin” – Jan Kajfosz’un belirttiği gibi – “bugün bir halk metni olmak zorunda değildir, (...) daha önceki bir folklor faaliyeti statüsünün, yani folklorizmin temsilinden başka bir şey olmaz. (Kajfosz, 2011: 58). Öte yandan, geleneksel halk metinlerini anımsatan internette yayınlanan metinlerin analizi, teknolojik, internet ile ilgili ilerlemedeki düzenlemeler ve değişikliklerin ilhamını açıkça göstermektedir. Bununla birlikte, sanal alanda maddi niteliksel değişikliklere maruz kalmışlardır ve bu tür değişikliklerin araştırmacılar tarafından benimsenmesi için başka analiz yöntemlerine ihtiyacı vardır. Üstelik sanal ortamda geleneksel türlerle devam ettiklerini kanıtlamak zordur. Örneğin, Michail Alexeevskiy, “İnternette klasik peri masalı olaylarının esas olarak mizahi “yeniden yapımlarını” (Alekseevskiy, 2010: 155) veya halk geleneğiyle yalnızca dolaylı olarak bağlantılı olan chastushka’ların bulunabileceğini kanıtlamıştır. Klasik tür esas olarak bir parodi olarak kullanılmakta, “halk biçimi ve yeni içeriklerin” yan yana getirilmesiyle gülünç etkisi uyandırılan yeni bir metin inşa etmenin araçlarından biri olduğu ortaya çıkmaktadır (Alekseevskiy, 2010: 156).

Sanal Boşlukta Yaratılan Folklor Türleri

Ancak bazı durumlarda, geleneksel folklor türü o kadar geniş kapsamlı değişikliklere tabidir ki, aslında yeni bir tür haline gelmekte ve oldukça yeni bir kaliteyi temsil etmektedir. Bunun için geleneksel halk dindarlığında popüler olan “cennetten mektuplar’dan” kaynaklanan sözde “zincirleme mektupları” analiz etmeniz yeterli olacaktır. Bazıları hâlâ sözcüğün büyümesine inanır ve açıkça bir dua niteliği taşır, ancak diğerleri “diğer dinlerin ahlaki mesajını içerir [...]. Diğerleri, etik tavsiyelerin bir listesini (genellikle “emirler” olarak bilinir) veya etik imalar içeren bir kısıp sağlar [...]. Ayrıca herhangi bir ders vermeyen, sadece onları gönderenin mutluluğunu garanti eden zincirleme mektuplar da vardır” (Grębecka, 2006: 209–210). Her durumda, bu tür zincirleme mektupların amacı, tabii ki bir üyenin verilen metni e-posta yoluyla diğer alıcılara iletmesi koşuluyla, insanları tek bir din veya gizli bilgi ile bütünleşmiş bir topluluğa bağlamaktır. Şaşırtıcı olmayan bir şekilde, zincirleme mektup formülü bugün reklam şirketleri tarafından kullanılmaktadır (sözde gönüllü pazarlama zincirinin oluşturulması). Bir promosyon mektubunun iletilmesi karşılığında şirketler geziler veya araçlar sunar. Bu nedenle, “Zincirleme mektupları, şakaları ve virüslerle ilgili bilgileri almayı ve iletmeyi kabul etmeyen, herkese yanıt verme işlevini kullanmayan bir kişi, e-postayı yalnızca hızlı çalışan posta rolüne indirger. [...] Aynı zamanda internet postasının oluşturduğu yeni bir topluluktan gönüllü olarak istifade eder” (Grębecka, 2006: 214). Çağdaş zincirleme mektuplar, metnin yanı sıra fotoğraflar veya çizimler de içerir; ayrıca bir multimedya sunumu da içerebilirler.

İnternette zincirleme mektupların popüleritesi (Graliński, 2009) sahte otorite sendromunun bir sonucudur. Alıcı bir mesajı görmezden gelmesi durumunda maruz kalabileceği sonuçlardan korkarak, “her ihtimale karşı” gönderici tarafından beklenen eylemleri gerçekleştirir. “İnternetin gelişmesiyle birlikte bilgisayar, kişisel algının sınırlarını aşmaya ve her şeyin uygulanabilir görüldüğü ekstra doğal sanal evrene girmeye izin veren, belli belirsiz, mistik

bir aracı haline geldi.” (Meder, 2001). Hollandalı araştırmacının görüşüne göre bu, insanların bilgisayar virüsleriyle ilgili yanlış alarmlar da dahil olmak üzere internette yayınlanan en olağanüstü hikâyelere olan inancını haklı çıkarmaktadır. E-posta zincirleri şeklindedirler. Hollanda’daki bilgisayarlar tarafından alınan yüzlerce uyarıyı analiz eden Meder bunu kanıtlar; “Bütün insan grupları kendilerinin kandırılmasına izin veriyorlar çünkü bilgisayarların sadece sıfır ve bir satırlarını bekleyen bir işlemciler topluluğundan oluşmadığına, programcılar ve bilgisayar korsanları olarak bilinen cadı doktorları ve sihirbazlar tarafından yönlendirilen bilinmeyen ve anlaşılmasız yeteneklere sahip sihirli kutular olduklarına inanıyorlar” (Meder, 2001). Bir alıcı, bilgisayarının bozulabileceğinden, sağlığının bozulabileceğinden veya kazanma şansının kaybolabileceğinden veya sadece pişmanlıktan dolayı bilgileri iletmektedir. Hollandalı araştırmacı tarafından toplanan zengin materyal, bir yandan İnternet kullanıcılarını kovalayan virüslerin yanlış uyarılarının zincirleme mektuplar şeklinde olduğunu ve genellikle sonraki gönderenlerin yorumlarıyla zenginleştirildiğini, diğer yandan internette ölümcül hasta bir çocuk hakkında elektronik zincir mektuplarla rekabet ettiklerini ve bu nedenle halihazırda şehir efsanesi olarak kabul edilebileceklerini açıkça kanıtlamaktadır. Yine de Jan Harold Brunvand, virüs uyarılarını, Bilgisayar Folkloru kategorisi altına dahil ederek, şehir efsaneleri olarak sınıflandırmıştır (Brunvand, 2001).

Anglo-Amerikan geleneğine uygun olarak kullanılan şehir efsanesinin türü konusunda araştırmacılar arasında teorik tartışmalar olsa da (Hajduk-Nijakowska, 2010a), herkes ortak olarak bu tür yeni hikâyelerin anlatı ve geleneksel türlerin basit, tarihi biçimleriyle (einfachen Formen) açıkça bağlantılı olduğunu vurgulamaktadır; efsanevi hikâyeler, peri masalları (örneğin kentsel fantezi, Grzybkowska-Lewicka, 2005), efsaneler, baladlar, haberler, çağdaş toplumda anlatımın yaratıcı sürecini analiz etmek için homo narrans kategorisini kullanma gerekçesini doğrulayan seyyar şarkıları (huckster song). “Genellikle çağdaş efsaneler, çağdaş mitler veya dedikodu olarak adlandırılan şehir efsaneleri, duyguları harekete geçiren ve dinleyicilerin anında tepki vermesini sağlayan güncel, spontane, sıcak iletişimlidir.” (Çubala, 2005: 5). Bu, medyadaki enformasyona karşı rekabet edebilirlikleri sorununu çözmektedir. Zuzana Panczová ayrıca bu tür hikâyelerin, bazen “geleneksel” folklorun türlerine, özellikle de efsanevi hikâyelere (burada eski, halk sorunları da bulunabilir) benzer olsalar bile, bazı durumlarda hafıza geleneğinde var olduklarını (anılara yakın özelliklere sahip) veya popüler kültür türlerinin poetikasına, polisiye hikâyeler, korku filmleri veya gerilim filmleri, açık referanslarla karakterize edildiklerini fark etmiştir: (Panczová, 2013: 143).

Ancak günümüzde bunlar esas olarak medyada, özellikle de internette var olmaktadır; kültürel sınırları aşarak küresel, modern dünyanın bir parçası olurlar. Şehir efsaneleri, eski mitlerin ve efsanelerin modaya uygun bir eşdeğeri haline gelmiştir. Bu, başka şeylerin yanı sıra, 11 Eylül 2001’den sonra internette sayısız komplo teorilerinin olağanüstü etkileyici patlamasını açıklamaktadır (Allan, 2008: 74 vd.).

Medya sadece şehir efsanelerinin doğrudan dolaşımını desteklemekle kalmaz (belirli bir olay hakkındaki bilgilere ilgiyi artırma), aynı zamanda örneğin çeşitli şaşırtıcı hikâyeleri güvenilir ilişkiler olarak gören ve medyada yayınlayan ve yeni versiyonlarını birlikte yaratan veya bunlara ilham veren gazetecilerin aracılığı ile yeni folklor olaylarını “tetikler”.

Bu nedenle, kitlesel dolaşım ve folklor dolaşımı arasında, belirli konuların ve klişelerin popülerleşmesiyle sonuçlanan ve sözde kamusal alanı büyük ölçüde genişleten bir tür sızma gözlemlemekteyiz (belirli bir olay hakkındaki bilgiler herkes tarafından bilinir, açık ve nettir, hiçbir şey kanıtlanamaz). Muhtemelen burada tartışılan olgunun sosyologların, yöneticilerin ve medya uzmanlarının da ilgi alanına girmesinin nedeni budur.

Bu fenomen, internet sayfalarında bir komplo teorileri tipolojisini tamamlayan ve bu teorileri söylenti (dedikodu) alt grubu olarak gören Zuzana Panczová (2005a) tarafından folkloristik perspektiften analiz edilmiştir. Şüphesiz, Çek ve Slovak araştırmacılar arasında söylenti (dedikodu) kavramı, Fransız sosyolog Jean-Noël Kapferer'in Rumeurs: le plus vieux media du monde başlıklı, 1987'de yayınlanan ve 1992'de Dušan Provazník tarafından, Fáma – nejstarší médium světa [Söylenti – Dünyanın En Eski Mecrası] başlığı altında Çekçeye çevrilen çalışmasıyla desteklenmiştir. O zamandan beri, J. N. Kapferer esas olarak iş dünyasında dedikodu ve ticari markaları yönetmekle uğraşmaktadır, ancak bunların İnternet'teki genişlemesi, söylentilerin varlığı sorunlarını, örneğin alıcıların davranışlarını şekillendirmek için kullanımlarını yeniden analiz etmesini sağlamıştır.⁵ Kapferer, ilk çalışmasında, “belirli bilgileri doğru bilgi olarak kabul etmenin, bilgiyi değerlendirmek için kullandığımız eski düşüncemizde ortaya çıkan ilişkiler sistemine bağlı olduğu” tezini formüle etmiştir. Verilen bilgi bu düşünce ilkelerine uymayana kadar, onu doğru kabul etmemiz kuvvetle muhtemeldir” (Kapferer, 1992: 64). Bu tez, İnternet forumlarında araştırma yürüten Zuzana Panczová tarafından doğrulanmıştır: “söylentilerin (dedikodu) ve komplo teorilerinin yayılmasında asıl rol, bilginin mevcut inançlarımıza ve basmakalıp fikirlerimize uyup uymadığı tarafından oynanır” (Panczová, 2005a: 161).

İnternet forumlarındaki halk hikâyeleri sözlü ve edebi ifadenin bir melezidir: bir yandan katılımcılar konuşma diline dayalı iletişim kullanırlar ve diğer yandan, doğrudan sözlü iletişime tipik herhangi bir sözlü bileşenden yoksun olduklarından, emoticon'lar gibi değişim bileşenleri kullanırlar. Zuzana Panczová'nın da sonuca vardığı gibi, İnternet iletişimi bugün “etkili bir değiştirmelik, yani gayri resmi, sözlü bir hikâyenin alternatifi” olarak düşünülebilir (Panczová, 2005b: 28).

Bilgisayar programları tarafından sunulan ek grafik veya fotoğrafik bileşenlerle metinleri zenginleştirme seçeneklerinin kullanılması özellikle mizahi sunumlarda popülerdir. Bununla birlikte, geleneksel folklorda zaten doğrulanmış olan İnternet olay örgülerinin izini sürsek bile, bu tür ifade biçimlerini “geleneksel” folklorun fıkralarının veya şakalarının bir devamı olarak düşünmek zordur. Ancak bunlar nitelik olarak oldukça farklı tezahürler, yeni metinlerdir. Bir internet şakası, gerçekte anlatılan bir fıkra ile karşılaştırılmaz, bu durumda gülen bir topluluğun oluştuğunu sadece bağlam belirlemez, aynı zamanda verilen hikâyeyi komik yapan da ağırlıklı olarak anlatıcının sözlü anlatım (hikâye anlatıcısı) becerileridir. Çoğu kavram ve şema belirli durumlarda ortaya çıkmıştır: gülme, bir normu aniden bozan bir olaydan kaynaklanır. Doğrudan iletişimde her zaman bir şaka doğar (tanınmış arkadaşlar arasında). Görünür bileşenler sanal iletişimlerden eksiktir. İnternet, gönderen ve şakayı alıcı arasındaki karşılıklı ilişkileri değiştirir: “İcracının rolü zayıflar ve muhatapın yetenekleri genişler. Muhatap etkinleştirilir ve ihtiyaçlarını karşılayan kendi metinlerini formüle eder; ilgi alanını ve

ideolojik karşıtlığı belirtirler.” (Frolova, 2009: 171). Buna, özel tarayıcılar, tematik kataloglar, dizinler ile donatılmış fıkra koleksiyonlarına sahip çok sayıda web sitesinin (çoğunlukla potansiyel bir müşteriye çekmek için eğlenme ihtiyacını kullanan, ticari olanlar) yapısıyla olanak sağlanır, böylece İnternet kullanıcısı ilgilendiği bir metin grubunu bulabilir. Olga Frolova tarafından fıkralara sahip bu türden yüze yakın internet sitesinin bir listesi hazırlanmıştır (Frolova, 2009: 128-130).

Yeni şakalar, anlatıları yorumlama, cevaplama veya genişletme isteğini tetikler ve çoğunlukla e-posta yoluyla arkadaşlar arasında (başlatılanlar grubuna kabul edilir) elektronik dolaşıma sokar. “Bir şakanın görselleştirilmesi yalnızca e-posta eklerinde yer alan ifadelerle sınırlı değildir; filmlerde ve animasyonlarda görülür ve sunum şeklinde de gönderilir.” (Krawczyk-Wasilewska, 2009: 21). Analiz edilmesi gereken bir diğer konu da görsel folklorun gelişmesinde YouTube’un rolü ve sanal “video toplumunun” yaratıcı etkinliğinin esin kaynağıdır.

Bir İnternet şakası basitçe yeni varoluş biçimleri geliştirmiştir. Esas olarak yazılı söze dayanarak, kelime oyunlarını, diyalogları ortaya çıkarır ve geleneksel olarak bilinen kavramları medya karakterlerine veya politikacılara atfeder. Hepsinden önemlisi, komik resimler veya film sahneleri kullanır. Bununla birlikte “komik fotoğraflar, nükteli MP3’ler, demotivatörler veya Power Point’te oluşturulan sözde PPS’ler, yani multimedya sunumları şaka, karikatür, otantik hayat hikâyesi, bilmece, zincirleme mektup, cümle veya kıssa yapısına sahip olabilirler.” (Grochowski, 2013: 50).

Rolf Brednich, internette mizah içeriklerinin iletme sürecinin artmasının, anonimlik ve değişkenlerin mevcudiyeti ile karakterize edilen yeni bir küresel mizah kültürünün ortaya çıkmasına yol açtığına inanmaktadır (Brednich, 2005). 11 Eylül 2001’de Dünya Ticaret Merkezi’ne yapılan terörist saldırılardan sonra aniden yayılan, genellikle resimli şakalar olan felaket şakaları özel bir yer tutmaktadır (krş. Kuipers, 2002). Yukarıdakiler Theo Meder’in araştırması tarafından doğrulanmaktadır: “Kısa sürede internet şakalar ve söylentilerle doldu [...]; ancak bunlar esas olarak görsel folklorun bir tezahürü, Xerox kopyalarının dijital halefiydi. Daha önce hiç bu kadar çok manipüle edilmiş görüntü gönderilmemişti” (Meder, 2001: 7). Felaket olayları hakkındaki bilgiler çoğu durumda tedavi edici bir rol oynar; çağdaş dünyanın trajik boyutuyla “uzlaşmamıza” yardımcı olurlar. Bu olguyu Polonya örneğinden yola çıkarak analiz eden Violetta Krawczyk-Wasilewska, genellikle e-posta yoluyla iletilen terör konularının gençlik folklorunda ve hatta çocuk folklorunda da kendisine yer bulduğunu vurgulamıştır. Sayma tekerlemelere, tekerlemelere, bilmecele ve zincirleme harflere atıfta bulunan metin mesajlarını sıralamıştır (Krawczyk-Wasilewska, 2003: 25–35).

Yeni Folklor Dijital Türleri

İnternetin sunduğu potansiyelin, medya aktarımlarının veya belirli olayların alıcıları için önemli ve heyecan verici içerikler hakkında bilgi ve yorum alışverişinde bulunmak için kullanılması günümüzde doğal hale gelmektedir. İnternet, insanların çeşitli tartışma forumlarına katılmalarını sağlar, belirli bir konuyla ilgilenen gruplara katılma ihtiyacını tetikler. Bu, üyelerine yalnızca anonimlik sağlamakla kalmayıp aynı zamanda kişisel verilerin ifşasının

kontrol edilmesini sağlayan bilgisayar aracılığıyla konuşmaya başlayan, güçlü bir şekilde duygusal olarak bütünleşmiş sanal sosyal grupların oluşturulmasını teşvik eder. Basitçe, “sanal topluluklar, yeni folklor olaylarına yardımcı olan çok sayıda yeni iletişim modeli üretmiş” (Burszta, Pomieciński, 2012: 5), bunlar aynı zamanda dolaşımda bulunan metinlerin anlamlarını yaratmak için yeni alan haline gelmiştir. Ayrıca, anlatıma aktif olarak katılma, çeşitli hikâyeler anlatma, düşünceleri paylaşma ihtiyacına ilham veren internet, “konuşma ritüellerinin dönüştürülmesine” de yol açmaktadır (Sulima, 2007: 209).

Robert G. Howard’ın görüşüne göre: “Ancak yeni medya, eski medyadan daha folklorik olabilir çünkü çoğu çevrimiçi iletişim bir nesnedan çok bir sürece benzer. Bu süreçler dinamik söylem ağlarında meydana geldiğinde, Appadurai ve Breckenridge’in “ulusal, kitlesel ve halk kültürünün birbirinin hem değerini hem de özünü sağladığı” çekişme bölgele-ri dediği şeye yol açarlar (Howard, 2008: 200). Ve yukarıdakiler, tür teorisi sonuçlarının oluşturulmasını teşvik eder ve folklor dijital türlerine dikkat eder. “Teknolojik olarak aracılık edilen” geleneksel folklor türlerinin yanı sıra, Robert G. Howard ayrıca yeni çevrimiçi iletişim biçimlerini ayırt etmiş ve bunları yeni dijital folklor türleri olarak değerlendirmiştir- özel sayfalar (ana sayfalar) veya “kişisel” sayfalar (isme özel sayfalar). Yukarıdakileri analiz ederken, onları sayısız alt türe ayırmıştır: bireylerin kişisel özel sayfaları, çevrimiçi günlükler, fotoğraf albümü sayfaları, seyahat sayfaları, evcil hayvan sayfaları, doğum sayfaları, tatil sayfaları, anma sayfaları (hem insanlar hem de evcil hayvanlar için), misyoner sayfaları, siyasi sayfalar ve şaka sayfaları. Dijital fotoğrafların değişimi ve yayını ile bağlantılı İnternet kullanıcılarının yaratıcı faaliyetleri üzerinde yeni teknolojilerin büyük etkisini vurgulayarak, adı ticari yazılımdan (Adobe Photoshop) türetilen popüler fotoğraf düzenlemesine dikkat çekmiştir. Bu program kullanılarak düzenlenen resimler komik yorumlarla doludur (Howard, 2008: 193). Şakalar ve bazen kaba yazıtlar veya yeni, beklenmedik çağrışımlar empoze eden kötü niyetli yorumlar eşliğinde internette dolaşan manipüle edilmiş veya parodisi yapılmış görüntüler (fotoğraf ve video), günümüzde özel web siteleri sayesinde internet kullanıcıları tarafından kendi başlarına kolayca oluşturulabilen meme’ler (mem) (Kamińska, 2011) şeklinde çok popülerdir. İnternet temelinde oluşturulan söylem, Howard tarafından metinlerarasılık ve etkileşim nedeniyle içeriklerin melezliği ile karakterize edilen “yerel ağ” olarak adlandırılmaktadır. “Melezlik çevrim içi iletişimin belgelenmesini ve analizini karmaşık hale getirirken, halkbilimciler bu görevler için özellikle iyi donanımlıdır, çünkü onların konusu tam olarak yerelden, özelden ve gayri resmi olandan ortaya çıkan ve bir topluluğun ortak anlamlı anlamlarına nüfuz eden ifadelerdir.” (Howard, 2008: 194). Bu nedenle, her zaman resmi ve gayri resmi arasında yer alan ve dolaşımdaki metinleri analiz eden bir halkbilimci, kitlesel, kurumsal ve folklor dolaşımı arasındaki karşılıklı ilişkileri dört gözle bekleyen, gayri resmi olanın ortak ihtiyaçların, beklentilerin, deneyimlerin ve duyguların yerine getirilmesinin bir sonucu olarak ağda gelişen tüm süreçlerin çoğunu çevrimiçi iletişim sırasında açığa çıkarması gerekir. Howard, yukarıdakileri analiz etmenin en iyi yolunun, aniden gelişen ve İnternet ile eş anlamlı hale gelen blogları gözlemlemek olduğuna inanmaktadır. “Öncelikle kişisel içeriğe (ve bu kişisel içerik üzerindeki etkileşimli yoruma) odaklanan bu sitelerin katılımcı bileşenleri, onları dinamik yerel iletişim süreçleri haline getiriyor.” (Howard, 2008: 211).

İnternet, kullanıcılarına oldukça yeni fenomenler yaratma konusunda ilham verir; “aşağıdan yukarıya yakınsamayı” tetikler (Henry Jenkins, 2007: 135), örneğin bilgisayar oyunları veya film sahneleri değiştirilir, hikâyelerin yeni versiyonları oluşturulur, forumlarda tartışmalar ve çeşitli olağanüstü olaylar hakkında iletişim vardır. Etkileşim, çağdaş folklor iletişiminin (e-folklor) yapısını basitçe zenginleştirir. Belirli bir İnternet kullanıcısı gruplarının (örneğin, belirli bir İnternet oyununun oyuncularını veya belirli bir hayali durumunkatılımcılarını) “sahip olduğu” belirli “çevresel folklorlardan” da bahsedebiliriz (Grochowski, 2013: 51). Böylece, folklor yaratıcı etkinliği, sanal topluluğun gücünü harekete geçirir, hemen küresel (resmi olmayan) bir dolaşım alan İnternet kullanıcılarına ilgi içeriğinin dolaşım sürecine katılma ihtiyacını kurtarır. Aynı zamanda, bugün bu türden en popüler hizmet olan Facebook gibi sosyal çevrimiçi hizmetler sayesinde, belirli bir sanal topluluğu bütünleştirmek için gerekli olan duyguları tatmin ederek, olayların yeni versiyonları veya yorumları için yeni bir kılık oluşturmayı kolaylaştırır. “Gruplar içinde gruplar ve tartışma konuları oluşturma kolaylığı, Facebook’ta büyük ölçekli, kitlelerin inisiyatiflerini çekmenin yanı sıra, tartışma atmosferinin- siyasetle ilgili olsalar bile - daha çok bir bar atmosferini hatırlattığı daha küçük toplulukların da olduğu anlamına gelir.” (Levinson, 2010: 198). Yukarıdakiler, ilişkileri ek duygular ve gayri resmi karakterle zenginleştirir. Bununla birlikte, Facebook, “ağa katılımımızın çeşitli biçimlerinin birbirine bağlandığı, internet faaliyetimizin bir tür merkezi terminali olarak düşünülmelidir (...) Kısacası, Facebook ve Twitter, bizim için onları ne yaparsak o olabilir” ancak bu, kullanıcılardan “performans, deneme yanılma yöntemiyle, mevcut araçlarla denemeler yaparak elde edilen” güçlü yetkinliği gerektirir (Nacher, 2010: 12).

Burada filozofun şu düşüncesini hatırlamakta fayda vardır: “Sanal dünyaların ortaya çıkması, gerçekliğe basit bir “ek” değil, gerçekliğin bir dönüşümü anlamına gelir. Bu, sanalın gerçeği değiştirdiği ve gerçeğin sanalı şekillendirdiği dinamik bir süreçtir. Gerçeklik ve sanal gerçeklik birbirine nüfuz eder. Deneyimlerimize göre, aralarındaki sınırlar akışkandır ve hatta bazı durumlarda ortadan kalkar” (Wilkoszewska 2005: 9). Bu nedenle, edebiyat teorisyenlerinin kendileri “kültür alanında çeşitli aktarıcılarının varlığının sonuçlarının tür teorisini analiz eden ve sistematize eden bir göstergebilim bölümü” olarak anlaşılan multimedya tür teorisini yaratma ihtiyacını görürlerse, diğerleri arasında Edward Balcerzan’ın türün multimedya teorisini kavramıyla sonuçlanan, folklor türleri teorisinin bu bağlamı dikkate almaması gerektiğini varsaymak pek mümkün değildir (Balcerzan, 2000: 88). Kavram, bir türün “bir metnin kompozisyonu (morfolojisi) hakkında karar veren, iletişim açısındanyönlendirilen ve malzeme ve aktarım tekniği (mecra) tarafından belirlenen tekrarlanan ölçülerin bir kombinasyonu” olduğunu varsayar. Bir türü anlamının bu tarzı, aslında insanın her türlü yaratıcı etkinliğini hesaba katar; tekrarlanabilirlik, alıcıya yönelik yön ve “insanlararası bağlantının türü” hakkında karar veren iletim araçlarının belirli özellikleriyle yakın bağlantı gibi özelliklerini vurgular. İkinci bileşen, “iletişim eylemi şeması üzerine yorum yapan, “temas’ın” “gönderici ile alıcı arasındaki fiziksel bir kanal ve zihinsel temas” olarak anlaşılması gerektiğini belirten Roman Jakobson tarafından vurgulanan” Balcerzan’ın görüşündeydi.

(Balcerzan, 2000: 92). Dahası, Balcerzan'ın çağdaş tür teorisinin tipolojik bir düzeni olan yarı tür multimedya üçlüsü kavramı, üç yapısal özellik nedeniyle ayırt edilen “sanat ve sanat olmayan arasında var olan” formlarla ilgilidir – rapor, deneme ve köşe yazısı nitelikleri. Verilen özellikler, araştırmacı tarafından metnin özü olan niyete (açık veya gizli) dayanmaktadır; bu, sırasıyla mesaj, cümle ve şaka gibi üç “germinal (tohum) biçime” odaklanmıştır.

Sonuç

Bu çalışmada, içeriği aktarmanın yeni elektronik araçlarının yaygınlaşmasının etkisi altında çağdaş kültürde meydana gelen geniş kapsamlı değişiklikler, hem “geleneksel” hem de spontane olarak gelişen yeni folklor türlerinin dönüşüm yönleri betimlemiştir. Bu, aynı zamanda, folklor fenomenlerinin oluşturulmasına ve aktarılmasına ilham veren modern iletişim durumlarının özelliklerini dikkate alacak yeni bir folklor tür teorisi geliştirmeyi de teşvik etmektedir. Bu, gerçekten de tür teorisinin, araştırmacıların ilgisinin konusu olması gereken bazı belirlenmiş sonuçlarını gerektirir. İletişim modelleri ve konuşma ritüelleri, yeni teknolojilerin etkisi altında değişim geçirmekte ve bu da bizi, odağı, bağlamın kendisinin analizlerinden, içinde işlev gördüğü bağlamın analizlerine kaydırmaya zorlamaktadır. Dahası, aynı zamanda antropolojik boyutta böyle bir analiz yürütme ihtiyacını dayatır, çünkü -aslında- insanın yaratıcı etkinliği, folklor karakteri de dahil olmak üzere, bize yeni araştırma paradigmaları sağlayan modern multimedya kültürel alan tarafından yönetilmektedir.

Kaynakça

- Allan, S. (2008). Newsy w sieci. *Internet i dzien- nikastwo* [Online News: Journalism and the Internet]. Transl.
- A. Sadza. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Alekseevskiy, M. D. (2010). *Internet v folklore ili folklor v Internete? (Sovremennaya folkloristika i virtual'naya real'nost')* [The Internet in folklore or folklore in the Internet. (The contemporary folklore and virtual reality)]. In: *Ot kongressa k kongressu. Na vstrechu Vtoromu vsrossijskomu kongressu folkloristov. Sbornik materialov.* Moscow: Nauka p. 151–166.
- Balcerzan, E. (2000). *W stronę genologii multimedialnej [Towards multimedia genre theory]*. In: W. Bolecki, Opacki (Eds.), *Genologia dzisiaj [Genre Theory Today]*. Warszawa: IBL, p. 86–101.
- Bausinger, H. (1975). *Alltägliches Erzählen*.
- In: K. Ranke (Ed.), *Enzyklopädie des Märchens. Handwörterbuch zur historischen und vergleichenden Erzählforschung. Vol. I.* Berlin–New York.
- Bogatyriew, P. G., Jakobson, R. (1973). *Folklor jako specyficzna forma twórczości [Folklore as a specific form of creativity]*. Transl.
- A. Bereza. In: *Literatura Ludowa*, 3, 28–41. Brednich, R. W. (2005). *www.worldwidewitz.com. Humor im Cyberspace*, Freiburg – Basel – Wien: Verlag Herder.
- Burszta, W., Pomieciński, A. (2012). *E-folklor – wstęp [E-folklore – an introduction]*. In: *Kultura Popularna*, 3.
- Brunvand, J. H. (2001). *Encyclopedia of Urban Legends*, New York, London, W. W. Norton.

- Czistow, K.W. (1977). Specyfika folkloru w świetle teorii informacji [Specifics of folklore in the light of Information Theory]. Transl. E. Kosowska, In: *Literatura Ludowa*, 6, 42–52.
- Czubala, D. (2005). Wokół legendy miejskiej [Around the Urban Legend], Bielsko-Biała: Wydawnictwo ATH.
- Frolova, O. E. (2009). Anekdot kak otrazhenie interesov polzovatel'a [The anecdote as an expression of users' needs]. In: *Internet i folklor. Sbornik statei*. Moscow: Gosudarstvennyi respublikanskiy centr ruskogo folkloru, p. 117–130.
- Górska-Olesińska, M. (2005). Trwałe konwersacje. Wirtualne realia Sieci jako rzeczywistość w konwersacji [Lasting conversations. The virtual reality of the Net as a reality in conversation]. In: M. Ostrowski (Ed.), *Estetyka wirtualności* [The Aesthetics of Virtuality]. Kraków: Universitas, p. 455–473.
- Graliński, F. (2009). „... i wyślij to wszystkim znajomym” – o listach łańcuskowych w Internecie [“...and send it to all your friends” – about chain letters on the Internet]. In: G. Garczarczyk, P. Grochowski (Eds.), *Folklor w dobie Internetu* [Folklore in the Era of the Internet], Toruń: Wydawnictwo UMK, p. 101–113.
- Grębecka, Z. (2006). Słowo magiczne poddane technologii. Magia ludowa w praktykach postsowieckiej kultury popularnej [The magical word subjected to technology. Folk magic in the practices of post-soviet popular culture], Warszawa: Nomos.
- Grochowski, P. (2013). Folklorysta w sieci. Prolegomena do badań folkloru internetowego [A folklorist in the net. Prolegomena to studies on the Internet folklore]. In: P. Grochowski (Ed.), *Netlor. Wiedza cyfrowych tubylców* [Netlore. The Knowledge of Digital Natives], Toruń: Wydawnictwo UMK, p. 41–64.
- Grzybkowska-Lewicka, D. (2005). Miasto, Magia, M... czyli urban fantasy. Krótka charakterystyka i wątpliwości [A city, Magic, M, that is urban fantasy. A short characteristic and doubts]. In: J. Ługowska (Ed.), *Baśnie nasze współczesne* [The Contemporary Fairy tales of Ours]. Wrocław: PTL, Uniwersytet Wrocławski, p. 277–288.
- Gusiew, W. (1974). Estetyka folkloru [The Aesthetics of Folklore]. Transl. T. Zielichowski. Wrocław: Ossolineum.
- Hajduk-Nijakowska, J. (1980). Temat śpiącego wojska w folklorze polskim. Próba typologii [The Theme of the Sleeping Army in Polish Folklore. An Essay on Typology]. Opole: Wyd. WSP.
- Hajduk-Nijakowska, J. (2007). Podania kultury masowej [Legends of the mass culture]. In: M. Jakimowicz, V. Wroblewska (Eds.), *Podania – legenda w tradycji* [Legends – the Legend in Tradition]. Toruń: Wydawnictwo UMK, p. 99–115.
- Hajduk-Nijakowska, J. (2010a). Teoria spiskowa jako gatunek legendy miejskiej [Conspiracy theory as a genre of urban legend]. In: K. Łeńska, M. Sztandara (Eds.) *Zmowa, intryga, spisek. O tajnych układach w strukturze codzienności* [Conspiracy, Intrigue, Plot. About Secret Agreements Within the Everyday Structure]. Opole: Wydawnictwo UO, p. 285–305.
- Hajduk-Nijakowska, J. (2010b). E-folklor. Rola Internetu w powstawaniu zjawisk folklorystycznych [E-folklore. The role of the Internet in the rise of folklore phenomena]. In: W. P. Francuz, S. Jędrzejewski (Eds.), *Nowe media i komunikowanie wizualne* [The New Media and Visual Communication]. Lublin: Wydawnictwo KUL, p. 201–213.
- Hajduk-Nijakowska, J. (2011). Druga młodość folklorystyki – wprowadzenie do dyskusji [Folklore studies are back in fashion – an introduction into a discussion]. In: J. Hajduk-Nijakowska, T. Smolińska (Eds.), *Nowe konteksty badań folklorystycznych* [The New Contexts of Folklore Studies]. Wrocław: PTL.

- Hajduk-Nijakowska, J. (2012). E-folklor jako subkultura sieci [E-folklore as a subculture of the Net]. In: M. Górska-Olesińska (Ed.), *Liberatura, e-literatura i... Remisy, remediacje, redefinicje* [Liberature, E-literature and Draws, Re-mediations, Redefinitions]. Opole: Wyd. UO, p. 205–217.
- Hernas, C. (1976). [głos w dyskusji:] Co to jest język folkloru? [(a voice in the discussion:) What is the language of folklore?]. In: *Lite ratura Ludowa*, 4/5.
- Howard, R. (2008). Electronic Hybridity: The Persistent Processes of the Vernacular Web. In: *Journal of American Folklore*, 121(480), 192–218.
- Jenkins H. (2007). *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów* [Convergence Culture. Where Old and New Media Collide]. Transl. M. Bernatowicz, M. Fili ciak, Warszawa: Wyd. Akademickie i Profesjonalne.
- Kajfosz, J. (2011). Folklor jako tekst w obiegu i jego potencjał konstruowania rzeczywistości [Folklore as a text in circulation and its potential of constructing the reality]. In: J. Hajduk-Nijakowska, T. Smolińska (Eds.), *Nowe konteksty badań folklorystycznych* [The New Contexts of Folklore Studies] Wrocław: PTL, p. 53–77.
- Kamińska, M. (2011). *Niecie memy. Dwanaście wykładów o kulturze internetu* [Vile Memes. Twelve Lectures on the Culture of the Internet], Poznań: Wyd. Galeria Miejska Arsenał.
- Kapferer, J.N. (1992). *Fáma – nejstarší médium světa* [Hearsay – the world's oldest medium]. Transl. D. Provazník, Praha.
- Krawczyk-Wasilewska, V. (2003). Po 11. września, czyli folklor polityczny jako wyraz globalnego lęku [After September the 11th, i.e., political folklore as an expression of global fear]. In: *Literatura Ludowa*, 3.
- Krawczyk-Wasilewska V. (2009). E-folklor jako zjawisko kultury digitalnej [E-folklore as a phenomenon of digital culture]. In: G. Garczarezyk, P. Grochowski (Eds.), *Folklor w dobie internetu* [Folklore in the Era of the Internet]. Toruń: Wydawnictwo UMK, p. 15–22.
- Kuipers, G. (2002). Media culture and the Internet disaster jokes: Bin Laden and the attack on the World Trade Center. In: *European Journal of Cultural Studies*, 5(4), London, 450–470.
- Levinson P. (2010). *Nowe, nowe media* [New New Media], Transl. M. Zawadzka, Kraków: Wydawnictwo WAM.
- Lugowska J. (1986). Teoretyczne podstawy wyodrębniania gatunków opowieści ludowych [The theoretical foundations of distinguishing genres of folk tales], In: *Literatura Ludowa*, 1.
- Lugowska J. (2002). Tekst a gatunek [The text and the genre]. In: A. Moniecki, V. Wroblewska (Eds.), *Genologia literatury ludowej. Studia folklorystyczne* [The Genre Theory of Folk Literature. Folklore Studies]. Wydawnictwo UMK Toruń, p. 11–19.
- Meder, T. (2001). Viruspaniek. E-maillore van Good Times tot Polleke den Hacker, [accessed on 27.10.2008 z: <http://www.meertens.nl/medewerkers/theo.meder/viruspaniek.html>]
- Nacher A. (2010). Web 2.0: między wikinomią a kontrkulturą – przypadek Facebooka [Web 2.0: between wikinomy and counterculture – the case of Facebook]. In: A. Ogonowska, Z. Bauer, B. Skowronek (Eds.), *Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis* 88, *Studia de Cultura I*. Kraków, p. 7–19.
- Panczová Z. (2005a). Konšpiračné teórie na stránkach internetu [Conspiracy theory on webpages]. In: *Slovenský národopis*, 53(2), 152–170.
- Panczová, Z. (2005b). Súčasné povesti a fámy vo svetle folkloristických výskumov [Contemporary tales and hearsay in the light of folklore studies]. In: E. Krekovičová (Ed.), *Folklor a komunikácia v procesoch globálizácie* [Folklore and Communication in Globalization Processes]. Bratislava: SAP, p. 7–66.

- Panczová, Z. (2013). Humor a strach v poetike súčasných povestí [Humour and fear in the poetics of contemporary tales]. In: Slovenský národopis, 61(2), 142–154.
- Sulima, R. (1976). [głos w dyskusji:] Co to jest język folkloru? [(a voice in the discussion: What is the language of folklore?). In: Lite ratura Ludowa, 4/5.
- Sulima, R. (2007). Telefon komórkowy – busola codzienności [The Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, p. 197–214.
- Waliński, M. (1999). Folklor człowieka zindustrializowanego, czyli czarna wołga jeździ po Polsce [Folklore of the industrialized man, that is a black Volga is cruising around Poland]. In: Smolińska T. (Ed.), Folklorystyczne i antropologiczne opisanie świata. Księga ofiarowana profesor Dorocie Simonides [The Folklore and Anthropological Describing of the World. The Book Dedicated to Professor Dorota Simonides]. Opole: Wydawnictwo Uniwersytetu Opolskiego, p. 95–109. mobile phone – the compass of the everyday]. In: W. Godzic, M. Żakowski (Eds.), Gadżety popkultury. Społeczne życie przedmiotów [Gadgets of Pop Culture. The Social Life of Objects].
- Wilk, E. (2009). Wokół kinezycznych i technologicznych aspektów werbalnej komunikacji medialnej [Around the kinesic and technological aspects of verbal media communication]. In: H. J. Sobeczko, Z. W. Solski (Eds.), Słowo i gest. Opole: Redakcja Wydawnictwo Wydziału Teologicznego Uniwersytetu Opolskiego, p. 15–25.
- Wilkożewska, K. (2005). Wprowadzenie [Introduction]. In: M. Ostrowicki (Ed.), Estetyka wirtualności [The Aesthetics of Virtuality]. Kraków: Universitas, p. 7–10.

Yazar Hakkında

Janına Hajduk-Nijakowska, doktora, halkbilimci, kültür uzmanı ve Opole Üniversitesi Tiyatro, Film ve Yeni Medya Bölümü'nde doçent. Toplumsal hafıza ve popüler tarih bilinci, folklor tür teorisi, kitle ve yeni medya çağında folklorun işleyişi ve e-folklor konularını üzerinde çalışmaktadır. 80'den fazla makale ve tez yazmıştır. Aşağıdaki monografileri yayınlamıştır: Temat śpiącego wojska w folklorze polskim. Próba typologii [Polonya Folklorunda Uyuyan Ordu Teması: Tipolojiye Bir Girişim] (1980), Żywioł i kultura. Folklorystyczne mechanizmy osvajania traumy [Öge ve Kültür: Bir Travmanın Üstesinden Gelmenin Folklor Mekanizmaları] (2005), Nie wszystko bajka başlıklı bir cilt. Polskie ludowe podania historyczne [Her Şey Bir Masal Değildir: Polonya Halk Tarihi Öyküleri] (1986). Aşağıdaki yayınların ortak yazarıdır: Folklor Górnego Śląska [Yukarı Silezya Folkloru] (1989), Księga humoru ludowego [Halk Mizahı Kitabı] (1981), Nowe konteksty badań folklorystycznych [Folklor Çalışmalarının Yeni Bağlımları] (2011), Praktykowanie tradycji w społeczeństwach posttradycyjnych [gelenek sonrası toplumlarda gelenekleri uygulamak] (2014).