



SPOŁECZEŃSTWO
EDUKACJA
JĘZYK

Tom 16/2022, ss. 199-213

ISSN 2353-1266

e-ISSN 2449-7983

DOI: 10.19251/sej/2022.16(15)

www.sej.mazowiecka.edu.pl

Marta Więckiewicz-Archacka

Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie

ORCID: 0000-0002-6873-4794

FATYCZNOŚĆ INTERNETOWYCH PRAKTYK AUTOBIOGRAFICZNYCH

THE PHATICITY OF THE INTERNET AUTOBIOGRAPHICAL PRACTICES

Abstrakt

Artykuł dotyczy wzrostu znaczenia fatyczności praktyk autobiograficznych prowadzonych w komunikacyjnym środowisku sieci. Przyczynę podjęcia badań nad tym zjawiskiem stanowi dostrzeżenie złożoności problemu ewoluowania praktyk autobiograficznych w internecie oraz potrzeba zrozumienia etapów i kierunków tych przemian. Celem przedstawionego artykułu jest scharakteryzowanie procesu nasilania się fatyczności internetowych praktyk autobiograficznych. Zostanie on omówiony na podstawie genologicznej charakterystyki stron domowych, blogów, serwisów społecznościowych oraz aplikacji służących do przekazywa-

Abstract

The article concerns the growing importance of the phaticity in autobiographical practices conducted in the networked communication environment. The reason for undertaking research on this phenomenon is the recognition of the complexity of the evolution of autobiographical practices on the Internet and the need to understand the stages and directions of these changes. The aim of the presented article is to characterize the process of the intensification of the phaticity in the online autobiographical practices. This process will be explained on the basis of the genre characteristics of personal

nia efemerycznych treści. Metodologiczne podłoże prowadzonych analiz stanowią koncepcje funkcji języka Romana Jakobsona oraz wspólnoty fatycznej Bronisława Malinowskiego, a także opracowana przez Vincenta Millera teoria kultury fatycznej, łącząca m.in. perspektywę językoznawczą i kulturoznawczą. Z analiz z zakresu genologii internetowej wynika, że użytkownicy sieci prowadzą praktyki autobiograficzne w internecie coraz częściej nie po to, aby uwiecznić własne doświadczenia i zachowywać je dla siebie oraz dla przyszłych pokoleń, ale po to, aby być w nieustannym kontakcie z innymi.

SŁOWA KLUCZOWE

fatyczność, funkcja fatyczna języka, kultura fatyczna, praktyki autobiograficzne, Internet

home pages, blogs, social networking sites and applications for transmitting ephemeral content. The methodological background of the analysis is built by concepts of the functions of language by Roman Jakobson and the phatic communion by Bronisław Malinowski, also by the theory of the phatic culture developed by Vincent Miller, connecting linguistic and cultural perspective. Results of the analysis conducted in the field of the Internet genology show that people conduct online autobiographical practices more often not to preserve their own experiences for themselves and for future generations, but to be in the constant contact with others.

KEYWORDS: PHATICITY

phatic function of language, autobiographical practices, Internet

1. Wprowadzenie

W latach 90. XX w. praktyki autobiograficzne w Internecie prowadzono głównie przy wykorzystaniu stron domowych. Kompetencje programistyczne niezbędne do tworzenia i prowadzenia stron internetowych posiadała wówczas stosunkowo niewielka grupa użytkowników. Wraz z rozwojem Sieci ery 2.0 wzrosła dostępność narzędzi służących do rozpowszechniania własnej twórczości, co wiązało się m.in. z rozwojem platform blogowych. Obecnie praktyki autobiograficzne łączą się najczęściej z wykorzystaniem przestrzeni serwisów społecznościowych. Nie jest to jednak ostatni etap rozwoju praktyk autobiograficznych w Internecie, jaki można zaobserwować. Kolejne stadium przemian wiąże się z wykorzystaniem aplikacji służących do wysyłania przekazów o charakterze efemerycznym. Rozwój poszczególnych internetowych narzędzi komunikacji wiązał się (i wciąż wiąże) z ewolucją praktyk autobiograficznych. Wśród istotnych kierunków przemian praktyk autobiograficznych w Sieci należy wskazać m.in. wzrost stopnia interaktywności komunikacji, wpływ struktury bazy danych na kształt przekazów, przejście od utrwalania treści do ich transmitowania w czasie rzeczywistym, zwiększanie się stopnia efemeryczności przekazów, a także wzrost fatyczności komunikacji.

Cel niniejszego artykułu stanowi scharakteryzowanie procesu nasilania się fatyczności komunikacji w nieustannie ewoluującej przestrzeni internetowych praktyk autobiograficznych. Proces ten zostanie przedstawiony w oparciu o genologiczną charakterystykę stron domowych, blogów, serwisów społecznościowych oraz aplikacji

służących do przekazywania efemerycznych treści. Wymienione powyżej narzędzia komunikacji internetowej nie są jedynymi wykorzystywanymi w celu prowadzenia praktyk autobiograficznych, ale zyskały największą popularność wśród użytkowników oraz wyznaczają ważne etapy związane z nasilaniem się fatyczności praktyk autobiograficznych w Sieci.

Możliwość realizacji wskazanego wyżej celu badawczego łączy się z wykorzystaniem założeń genologii internetowej, opracowanych przez takich badaczy, jak: Inger Askehave oraz Anne E. Nielsen (2005), Marcy L. Bauman (1999), Kevin Crowston (2018), Amy J. Devitt (2009), Anna Fedas (2015), Janet Giltrow oraz Dieter Stein (2009), Jan Grzenia (2006), Ewa Kaczmarz (2018), Stine Lomborg (2014), Marcin Maciejewski (2009), Maciej Maryl (2016), Laurie McNeill (2003), Alina Naruszewicz-Duchlińska (2011), Anna Tereszkiewicz (2014). Wymienieni wyżej badacze podejmowali problem genologii internetowej i dostrzegali jego złożoność. Nawet jeśli w swoich pracach skupiali się na analizowaniu wybranych gatunków internetowych, to starali się je widzieć w szerszym kontekście genologii internetowej.

W pierwszej części artykułu pojęcie fatyczności zostanie scharakteryzowane w odniesieniu do koncepcji wspólnoty fatycznej Bronisława Malinowskiego (1923) oraz założeń fatycznej funkcji wypowiedzi Romana Jakobsona (1960), a także w nawiązaniu do koncepcji kultury fatycznej Vincenta Millera (2008, 2017). Teoretyczne uporządkowanie problemu fatyczności pozwoli na dokonanie w drugiej części artykułu celowej analizy genologicznej stron domowych, blogów, serwisów społecznościowych oraz aplikacji do udostępniania efemerycznych treści. Analiza genologiczna poszczególnych narzędzi komunikacji internetowej wykorzystywanych w celu prowadzenia praktyk autobiograficznych sprofilowana będzie w taki sposób, aby wskazać na stopień ich fatyczności. Hipoteza badawcza zakłada, że fatyczność stanowi element coraz silniej obecny w praktykach autobiograficznych w internecie. O ile w przypadku stron domowych fatyczność nie miała kluczowego znaczenia, a w blogach pojawiła się w ograniczonym stopniu, to w praktykach autobiograficznych prowadzonych przy wykorzystaniu serwisów społecznościowych czy aplikacji służących do przekazywania treści efemerycznych fatyczność odgrywa kluczową rolę.

Na wstępie należy również wyjaśnić przywoływane w niniejszym artykule pojęcie praktyk autobiograficznych. Odnosi się ono do codziennej aktywności polegającej na prezentacji własnego życia i osobistych doświadczeń w publiczno-prywatnej przestrzeni internetu, przy wykorzystaniu tekstu, fotografii i nagrań wideo, w toku interakcji z innymi użytkownikami Sieci. Zgodnie z koncepcją Nod Miller i Davida Morgana (1993, 133), pojęcie *praktyka autobiograficzna* będzie miało zastosowanie zawsze tam, gdzie ludzie opowiadają o sobie czy prezentują siebie.

2. Fatyczność a koncepcje Bronisława Malinowskiego, Romana Jakobsona i Vincenta Millera

Jak zauważył Jerzy Bralczyk (1986, 22), „Fatyczność to przede wszystkim sygnalizowanie obecności nadawcy i jego chęci kontaktu z odbiorcą lub przynajmniej przekonania, że ten kontakt musi istnieć”. Z badań Danuty Kępy-Figury (2009, 2010) wynika, że funkcja fatyczna dominuje we współczesnej komunikacji medialnej, co można postrzegać dwojako: 1) przebieg komunikacji medialnej zależy od istnienia kontaktu pomiędzy nadawcą i odbiorcą, 2) komunikacja medialna służy przede wszystkim nawiązaniu i podtrzymaniu kontaktu między nadawcą a odbiorcą. W dobie popularności mediów społecznościowych pojęcie fatyczności zyskuje na znaczeniu, a jego zrozumienie wymaga odwołania się do koncepcji Bronisława Malinowskiego i Romana Jakobsona, które od wielu już dekad inspirują językoznawców, kulturoznawców czy medioznawców.

Bronisław Malinowski (1923) w suplemencie do książki Charlesa K. Ogdena i Ivora A. Richardsa stwierdził, że problem podjęty przez tych badaczy prowadzi od językoznawstwa do studiów nad kulturą i psychologią społeczną. Jako przykład ilustrujący teorię wspomnianych badaczy Malinowski przedstawił trudności etnografa w zgłębianiu specyfiki języków plemion zamieszkujących wyspy Melanezji. Autor zwrócił uwagę na zachowania komunikacyjne rozpoczynające się od określonej formuły, po której następuje potok słów w postaci opisów nieistotnych wydarzeń, oczywistych komentarzy czy relacji z wypowiedzi rozmówców. Można mówić o pozornej bezcelowości takich wypowiedzi, jednak w istocie ich celem jest podtrzymanie kontaktu z innymi osobami biorącymi udział w danym wydarzeniu. Malinowski określa tę sytuację komunikacyjną jako budowanie wspólnoty fatycznej, gdzie wymiana zdań służy zacieśnianiu więzi w danej społeczności. Słowa nie są tu wykorzystywane do tworzenia i wymiany znaczeń, a ich prymarną funkcją staje się funkcja społeczna. Abstrahując od obserwacji badanych przez siebie plemion, Malinowski odwołał się również do budowania wspólnoty fatycznej w sytuacji spotkań towarzyskich, gdzie poszczególne wypowiedzi mają służyć nawiązywaniu więzi, tworzeniu wspólnoty pomiędzy uczestnikami spotkania i przyczyniać się do podtrzymywania atmosfery towarzyskości. Co szczególnie podkreśla Malinowski, takim spotkaniom nie przyświeca cel związany z wymianą informacji. Obowiązuje też społeczna konwencja, która zakłada, że podczas spotkania towarzyskiego należy coś powiedzieć, nawet jeśli ma się niewiele do zakomunikowania, ponieważ świadczy to o grzeczności, o ogładzie towarzyskiej. Interakcja opiera się tu – dosłownie – na wymianie zdań, a nie na wymianie informacji (Malinowski 1923, 314-316).

Malinowski skupił się na zjawisku budowania wspólnoty fatycznej, natomiast Roman Jakobson zwrócił uwagę na komunikację jako wielowymiarowy proces, który scharakteryzował następująco:

NADAWCA kieruje KOMUNIKAT do ODBIORCY. Aby komunikat był efektywny, musi on być zastosowany do KONTEKSTU (czyli musi coś oznaczać), kontekstu

uchwytnego dla odbiorcy i albo zwerbalizowanego, albo takiego, który da się zwerbalizować; dalej, konieczny jest KOD, w pełni lub przynajmniej w części wspólny dla nadawcy i odbiorcy (albo innym i słowy — dla tego, kto „koduje”, i tego, kto „dekoduje” komunikat); na koniec musi istnieć KONTAKT — fizyczny kanał i psychiczny związek między nadawcą i odbiorcą, umożliwiający im obu nawiązanie i kontynuowanie komunikacji. (Jakobson 1960, 434-435).

Sześciu elementom procesu komunikacji Jakobson przyporządkował podstawowe funkcje komunikacji werbalnej: nadawca (funkcja emotywna), odbiorca (funkcja konatywna), kontekst (funkcja poznawcza), komunikat (funkcja poetycka), kontakt (funkcja fatyczna), kod (funkcja metajęzykowa). Każdy z wymienionych elementów determinuje inną funkcję języka, przy czym wypowiedzi realizują różne funkcje – istotna jest hierarchia tych funkcji i to, która odgrywa (czy: które odgrywają) rolę dominującą.

Funkcja fatyczna wiąże się z kontaktem pomiędzy nadawcą i odbiorcą. Określając jej istotę, Jakobson stwierdził, że istnieją komunikaty, które służą głównie nawiązaniu i podtrzymaniu procesu komunikacji, np. ustaleniu, czy kontakt nie został przerwany lub sprawdzeniu, czy rozmówca słucha uważnie. Charakteryzując funkcję fatyczną, Jakobson powołuje się na Malinowskiego, jednak należy dodać, że Malinowski nie posługuje się samym pojęciem fatycznej funkcji wypowiedzi, ale określa zjawisko wspólnoty fatycznej. Jakobson podkreślił, że funkcja fatyczna może polegać na wymianie rytualnych formuł czy budowaniu dialogów, których celem jest samo trwanie procesu komunikacji. Funkcja fatyczna polega więc nie na wymianie informacji, ale na podtrzymaniu kontaktu¹.

Natomiast Vincent Miller odwołał się do koncepcji Malinowskiego i Jakobsona, aby wskazać na fatyczność jako wyróżnik kultury mediów społecznościowych. W artykule *New Media, Networking and Phatic Culture* Miller (2008) podkreślił wzrost znaczenia komunikacji fatycznej w przestrzeni kultury mediów cyfrowych. Po niemal dekadzie badacz powrócił do koncepcji kultury fatycznej w artykule *Phatic Culture and the Status Quo* (2017) i podkreślił, że kultura oraz komunikacja internetowa stają się coraz bardziej fatyczne, a coraz mniej nastawione na dialog i wymianę informacji.

Miller (2008, 387-388) wychodzi od pojęcia fatycznej funkcji mowy, aby przejść do scharakteryzowania kultury fatycznej. Podkreśla, że wypowiedzi pełniące funkcję fatyczną mają wyrażać lub podtrzymywać kontakt z innymi, dotyczą wspólnoty odczuć, ogólnej towarzyskości, a nie służą wymianie informacji. Poprzez pojęcie kultury fatycznej Miller rozumie zjawisko szerzenia się komunikacji opartej na sieciowości, nie na właściwym dialogu oraz wymianie informacji, co wynika z uwarunkowań technologicznych, społecznych i kulturowych. Jako przykłady, które stanowią ilustrację omawianego zjawiska, badacz wskazał: 1) blogi i ich związek ze zjawiskiem indywidualizacji,

¹ Spostrzeżenia Malinowskiego i Jakobsona podsumowuje Gunter Senft, (2009, 228) który pisze, że terminy wspólnota fatyczna i komunikacja fatyczna są wykorzystywane w odniesieniu do wypowiedzi służących budowaniu i podtrzymywaniu przyjaznej atmosfery w relacjach międzyludzkich, zwłaszcza na początku i na końcu spotkań.

2) serwisy społecznościowe wraz z kontekstem społeczeństwa sieciowego i kultury baz danych, 3) mikroblogowanie – związane ze zjawiskiem nieustannej obecności w sieci. Miller (2017, 262) podkreśla, że w internecie, a zwłaszcza w mediach społecznościowych, połączenie dominuje nad treścią. Przekaz merytoryczny staje się zbędny, podobnie jak dialog. Istotne jest podtrzymywanie zainteresowania osób połączonych siecią powiązań, a ponadto liczy się rozpoznawalność i towarzyskość. Ważniejsza jest sama obecność i komunikacja niż to, czego ta komunikacja dotyczy.

3. Od stron domowych do Snapchata. Wzrost znaczenia fatyczności internetowych praktyk autobiograficznych

Praktyki autobiograficzne w sieci ewoluują i stopień ich fatyczności nasila się wraz z rozwojem interaktywności narzędzi komunikacji sieciowej. Aby wskazać, w jaki sposób zmieniał się stopień fatyczności praktyk autobiograficznych w internecie, warto odwołać się do genologicznej charakterystyki takich narzędzi komunikacji, jak strony domowe, blogi, serwisy społecznościowe oraz aplikacje służące do wysyłania treści o charakterze efemerycznym.

3.1. Strony domowe

Strony domowe zakładano od początków istnienia World Wide Web, a więc od lat 90. XX w. Definiuje się je jako strony internetowe tworzone przez użytkowników Sieci, skoncentrowane na tożsamości autora lub autorów, będących np. członkami jednej rodziny (Cheung 2000, 44). Ellen Hijmans i Martine van Selm (2002, 106) określają strony domowe jako internetowe dokumenty multimedialne, których autorzy odpowiadają na pytanie „kim jestem?”. Tego rodzaju strony WWW, mimo swojego wirtualnego charakteru, postrzegane są jako „miejsca”, co znajduje odzwierciedlenie w części ich nazwy („domowe”). Były one wykorzystywane przez osoby poszukujące swojego miejsca w sieci, chcące się tu „zadomowić”, stworzyć własną przestrzeń w ogromnej cyberprzestrzeni (Sandberg 2003). Między innymi w tym celu zamieszczano na stronach domowych treści autobiograficzne. Były to np. notatki biograficzne, dane o miejscu zamieszkania, dane kontaktowe, zdjęcia, informacje o zainteresowaniach, charakterystyka wyznawanych poglądów, cytaty, linki do ulubionych stron internetowych (Chandler, Roberts-Young 1998).

Wynn i Katz (1997, 293) pisali, że strony domowe dają użytkownikom wiele możliwości budowania obrazu siebie z uwagi na brak konwencji, które ograniczałyby kreatywność użytkownika. Jednocześnie zwracali uwagę na integrację tożsamości jako zjawisko towarzyszące tworzeniu stron domowych, przez co rozumieli, że autor prezentuje swoje życie jako całość i przekazuje informacje w uporządkowany sposób. Patricia Wallace (1999, 32-34) wiązała ten fakt ze świadomością, iż treść publikowana na stronie domowej dotrze do nieznanego odbiorcy – w związku z tym użytkownicy sieci starają

się przedstawić tu swój całościowy obraz, integrujący zarówno aspekty życia prywatnego, jak i publicznej tożsamości. Kompleksowa prezentacja była wykorzystywana przez autora jako punkt odniesienia w komunikacji internetowej (Sandberg 2003; Hijmans, van Selm 2002, 103).

Treści autobiograficzne zamieszczane na stronach domowych miały charakter prezentacji statycznej i stosunkowo rzadko były aktualizowane. Interakcje pomiędzy autorem i czytelnikami możliwe były głównie dzięki komunikacji e-mailowej, choć niekiedy odbywały się również przy wykorzystaniu księgi gości. Czytelnicy treści publikowanych na stronach domowych zamieszczali w księdze gości pozdrowienia, a czasem również zaproszenia do odwiedzenia własnych stron internetowych. Ich możliwości interakcji z autorem strony były ograniczone, zwłaszcza w porównaniu z komunikacyjnym środowiskiem mediów społecznościowych. Forma komunikacji jednostronnej, „jeden do wielu”, skutkowała tym, że publikowanie na stronie domowej odbywało się bez presji ciągłej aktualizacji, bez nieustannych interakcji z czytelnikami, dzięki czemu treściom można było nadać przemyślaną i wyczerpującą formę.

Odwołując się do koncepcji kultury fatycznej Vincenta Millera (2008, 2017), należy stwierdzić, że w procesie komunikacji pomiędzy autorem i odbiorcą strony domowej aspekt fatyczności nie był istotny, ponieważ kluczową rolę odgrywało opracowanie i udostępnienie określonego zasobu informacji autobiograficznych. Kontakty pomiędzy autorem i czytelnikami miały charakter sporadyczny i asynchroniczny. Dziś również niektórzy użytkownicy sieci wybierają stronę domową jako narzędzie docierania z własnym przekazem do użytkowników, jeśli chcą uniknąć wpisywania się w szablon i rytm mediów społecznościowych (lub wykorzystują równoległe te odmiennie formy).

3.2. Blogi

Domowe strony internetowe były od końca lat 90. XX wieku zastępowane przez blogi, co stanowiło jeden z przejawów rozwoju nurtu Web 2.0, polegającego go na przejściu od publikacji do partycypacji (O'Reilly 2005). Zjawisko to stało się bardzo dobrze widoczne zwłaszcza po roku 2000, gdy zaczęły się rozwijać platformy blogowe ułatwiające tworzenie własnych dzienników internetowych również tym osobom, które nie potrafiły programować i wcześniej nie były w stanie samodzielnie stworzyć strony domowej. Powstanie intuicyjnych w obsłudze narzędzi dało rzeszom użytkowników internetu możliwość udostępniania własnej twórczości, w tym twórczości autobiograficznej.

Blog definiowany jest jako często aktualizowana strona internetowa składająca się z datowanych wpisów wyświetlanych w kolejności odwrotnej do chronologicznej, a więc najnowsze wpisy pojawiają się na górze strony (Walker 2005, 45). Należy zwrócić uwagę na różnicę struktury pomiędzy stroną domową a blogiem. Strona domowa mogła być prostą wizytówką użytkownika, posiadającą jedną podstronę lub też autor mógł wykorzystać bardziej złożoną strukturę, by własne doświadczenia dotyczące różnych

dziedzin życia, swoje odmienne zainteresowania, opisać na odrębnych podstronach. W blogach wprowadzono charakterystyczną architekturę informacji, podporządkowując wszystkie wspomnienia i doświadczenia kategorii czasu. Układ antychronologiczny, polegający na prezentowaniu na górze strony wpisów najnowszych, stał się formalnym wyróżnikiem blogu, elementem charakterystycznym dla tego gatunku, podkreślanym w definicjach (Doctorow 2002, 1).

Blog jako gatunek internetowy daje użytkownikowi szerokie możliwości realizowania twórczych zamysłów – nie narzuca ograniczeń związanych z liczbą znaków, dlatego też wpisy publikowane w blogach mają wyczerpujący charakter, zwłaszcza w porównaniu z postami udostępnianymi w serwisach społecznościowych. Ważną część blogu stanowią komentarze pod poszczególnymi wpisami. Początkowo, kiedy blogi były tworzone przez indywidualnych twórców posiadających kompetencje programistyczne, częścią strony pozwalającą na prowadzenie dialogu z autorem i innymi czytelnikami była księga gości, jednak w dziennikach internetowych masowo zakładanych na platformach blogowych element ten zanikał i zastępowany był przez komentarze publikowane pod poszczególnymi wpisami. Dzięki temu o blogach można mówić jako o interaktywnych narzędziach komunikacji. Pomiędzy blogami (oraz ich autorami i czytelnikami) tworzą się wielorakie połączenia, co sprawia, że blogi postrzega się przez pryzmat sieciowości i traktuje jako blogosferę. Blogi „żyją” wtedy, kiedy są często aktualizowane i komentowane. Kolejne wpisy w blogu są dowodem na to, iż twórca wykazuje się aktywnością i stara się utrzymywać zainteresowanie czytelników (Siles 2011, 788). Jednocześnie komentarze wskazują, że działalność blogera spotyka się z odzewem ze strony internautów, a jego wpisy skłaniają do dyskusji.

Wzrost popularności blogów łączył się ze wzrostem znaczenia aspektów dynamiki i interaktywności komunikacji. Autorzy blogów dość często dodają nowe treści, starając się w ten sposób utrzymać uwagę internautów. Niekiedy pojawiają się wpisy, w których blogerzy wyjaśniają, dlaczego od kilku tygodni nie opublikowali nowego wpisu. Nie służą one przekazaniu nowej informacji, ale podtrzymaniu zainteresowania blogiem. Stanowi to jeden z przykładów fatyczności praktyk autobiograficznych prowadzonych przy wykorzystaniu blogów. Element fatyczności można dostrzec również w komentarzach. Czytelnicy przekazują w nich swoje opinie na temat przeczytanego wpisu, ale również przesyłają pozdrowienia, wyrażają podziw, zapraszają do lektury własnego blogu.

Dzienniki internetowe nie stanowią jednak narzędzia, w przypadku którego można by mówić o prymacie funkcji fatycznej. Podtrzymanie kontaktu pomiędzy użytkownikami jest niezwykle istotne, natomiast sedno blogowania stanowi tworzenie i publikowanie wpisów. Kiedy bloger nie dodaje nowych wpisów, zanikają interakcje pomiędzy użytkownikami. Blogi cechuje balans pomiędzy aspektem tworzenia i udostępniania treści autobiograficznych a sferą sieciowych interakcji. O równowadze pomiędzy tworzeniem treści a funkcjonowaniem w sieci wzajemnych powiązań w blogosferze pisze również Miller (2008, 389), który uważa, że technologia blogowania zachęca

zarówno do tworzenia rzeczowych wpisów, jak i do sieciowych interakcji, nie dając przewagi drugiemu z wymienionych elementów.

3.3. Serwisy społecznościowe

Kolejne stadium przemian praktyk autobiograficznych jest definiowane przez media społecznościowe, a zwłaszcza przez Facebooka, którego popularność wpłynęła na kształt innych serwisów internetowych. Praktyki autobiograficzne użytkowników Facebooka polegają na wypełnianiu osi czasu coraz nowszymi wpisami, linkami, zdjęciami czy filmami. Użytkownik zanurza się w strumieniu danych autobiograficznych, które generuje zarówno on sam, jak i inni użytkownicy funkcjonujący w sieci wzajemnych powiązań. Zainteresowanie internautów budzą najnowsze materiały, a starsze treści giną w natłoku kolejnych postów, filmów i zdjęć. Użytkownicy mediów społecznościowych podtrzymują kontakt z osobami odwiedzającymi ich profil, podsycając ich zainteresowanie poprzez dodawanie kolejnych wpisów i materiałów multimedialnych.

Praktyki autobiograficzne prowadzone przy wykorzystaniu Facebooka polegają na możliwie częstym pisaniu o sobie, aby dotrzymywać kroku innym użytkownikom i nie spowalniać tempa komunikacji właściwego mediom społecznościowym. W architekturę informacyjną Facebooka wpisane jest również sugerowanie użytkownikom, jakiego rodzaju treści mogą przekazać. Służy temu zarówno pole z pytaniem „Co słychać?“, jak i cały profil użytkownika, który można wypełnić odpowiednimi danymi, m.in. datami podjęcia pracy czy zawarcia związku małżeńskiego, informacjami o ulubionych serialach czy zespołach muzycznych, informacjami na temat członków rodziny (Siwak 2012, 152-154).

Omawiany wcześniej blog jako narzędzie komunikacji skłania zarówno do publikowania wyczerpujących wpisów, jak i rozbudowanych komentarzy, natomiast serwis społecznościowy Facebook zachęca do większej dynamiki i skrótowości komunikacji. Najbardziej wyrazistym tego przykładem jest reagowanie na wpisy poprzez wykorzystanie znaczników takich jak np. „Lubię to!” (kciuk uniesiony w górę) czy „Super” (białe serce na czerwonym tle). Częstą formą interakcji jest też odpowiadanie na wpisy emotikonami lub linkami oraz udostępnianie wpisów. Komentarze o treści: „Świetnie!”, „Gratulacje”, „WOW” również służą raczej chęci podtrzymania kontaktu niż przekazaniu nowej informacji.

Osoba prowadząca profil na Facebooku nie może działać w próżni, a potrzebuje publiczności (tzw. znajomych). Użytkownicy serwisów społecznościowych piszą o własnych doświadczeniach czy prezentują je w formie multimedialnej, natomiast wszelkie działania odbywają się nie tylko przed publicznością, ale i przy jej aktywnym udziale. Praktyki autobiograficzne prowadzone są w toku nieustannych interakcji z innymi internautami, którzy komentują treści czy opatrują je wybranymi znacznikami. Podtrzymywanie relacji pomiędzy użytkownikami jest niezbędne, aby budowany przez użytkowników mediów społecznościowych wizerunek funkcjonował w sieci społecznej, a nie w próżni. Takie uwarunkowania praktyk autobiograficznych przyczyniają się do

tego, że użytkownik podlega presji związanej z komentarzami, ocenami, rosnącą lub spadającą popularnością poszczególnych tematów. Ma to wpływ na kształt kolejnych podejmowanych przez internautę działań. W zależności od reakcji publiczności może on zaprzestać publikowania pewnych treści czy też zamieszczać więcej materiałów odpowiadających zainteresowaniu użytkowników Facebooka.

Facebook zdecydowanie wpłynął na wzrost znaczenia fatyczności komunikacji. Cecha ta była już obecna w blogach, jednak w serwisach społecznościowych przybrała na sile. Miller (2008, 393) podkreśla, że celem prowadzenia profili w mediach społecznościowych jest sieciowość, rozumiana jako ustanawianie i demonstrowanie połączeń pomiędzy uczestnikami, co zastępuje publikowanie merytorycznych wpisów czy komunikację opartą na dialogu. Opinia ta wynika z przekonania badacza o nikłej wartości informacyjnej treści prezentowanych w mediach społecznościowych i pewnością można z nią dyskutować. Nie ulega jednak wątpliwości, że fatyczność stała się rysem charakterystycznym komunikacji na Facebooku. Praktyki autobiograficzne prowadzone w tym serwisie społecznościowym uwarunkowane są technologicznymi aspektami funkcjonowania Facebooka. Jego struktura sprzyja dynamice komunikacji, co przejawia się częstym aktualizowaniem profilu, aby sprostać oczekiwaniom użytkowników. Niezwykle istotne stały się tu fatyczne aspekty komunikacji, związane z „lajkowaniem”, udostępnianiem wpisów, dodawaniem użytkowników do grupy znajomych, zdawkowym komentowaniem.

3.4. Aplikacje służące do transmitowania efemerycznych treści

Coraz większą popularność zyskują aplikacje służące do przekazywania treści o charakterze efemerycznym. Podstawową zasadą ich działania jest usuwanie materiału po jednokrotnym wyświetleniu lub po ustalonym czasie, np. po 24 godzinach. Pierwszą aplikacją, w której zastosowano ten mechanizm, był Snapchat, który powstał w 2011 roku. Pomysł tzw. autodestrukcji wiadomości wywodzi się z aplikacji Picaboo i został zainspirowany historią internauty, który wysłał do wszystkich znajomych zdjęcie, podczas gdy miała je zobaczyć tylko jedna osoba. Snapchat opiera się na pomysle zapewnienia takiej formy dzielenia się treściami, która będzie zakładała funkcję ich samozniszczenia. Świadomość, że udostępniane treści zostaną niebawem usunięte, wpływa na charakter przekazywanych materiałów. Udostępnianie materiałów o dyskusyjnej jakości (zarówno pod względem formy, jak i treści), nieprzemyślanych, pokazujących najbardziej banalne czy też kontrowersyjne działania, jest usprawiedliwiane przez dwie funkcje Snapchata, czyli usuwanie materiałów oraz brak komentarzy czy ocen (Rodriguez 2016). W związku z popularnością tego rozwiązania, zasada usuwania treści po niedługim czasie lub po jednokrotnym odtworzeniu rozpowszechniła się w innych serwisach internetowych. Wyróżnik Snapchata zastosowano również w aplikacjach Messenger, Instagram i WhatsApp. Ze względu na przełomowy charakter aplikacji Snapchat, będzie ona przedmiotem poniższych rozważań.

Należy zauważyć, że zasady funkcjonowania Snapchata, takie jak zniknięcie materiału po jednokrotnym obejrzeniu czy usuwanie treści po 24 godzinach od ich opublikowania, wynikają z obserwacji sposobu wykorzystywania materiałów udostępnianych w serwisach społecznościowych. Snapchat sformalizował to, co stanowi powszechną praktykę: 1) użytkownicy aplikacji społecznościowych mają potrzebę transmitowania swojego życia, niekiedy w najdrobniejszych aspektach, ale kwestia utrwalania tych treści nie jest już istotna; 2) osoby odwiedzające profile w mediach społecznościowych skupiają swoją uwagę na wpisach najnowszych, o ile w ogóle można tu użyć określenia „skupianie uwagi”. W przypadku aplikacji takich jak Snapchat treści nie wypełniają archiwów, ale są usuwane. Jest to zrozumiała reakcja na problem nadmiaru danych w świecie praktyk autobiograficznych online.

Określony powyżej na przykładzie Snapchata charakter praktyk autobiograficznych wiąże się ze zmianą spektrum zainteresowań użytkowników sieci, którzy nad utrwalanie i archiwizowanie przedkładają komunikację o charakterze dynamicznym, silnie angażującą uczestników procesu „tu i teraz”. Publikując coraz to nowsze posty i zdjęcia oraz transmitując wydarzenia na żywo w formie wideo, internauci starają się walczyć o uwagę innych użytkowników sieci i utrzymywać ich zainteresowanie. O ile fatyczność w przypadku mediów społecznościowych ma kluczowe znaczenie, o tyle w przypadku Snapchata zdaje się wręcz przesłaniać wszystkie inne aspekty prowadzenia praktyk autobiograficznych.

Wzrastająca popularność Snapchata i innych aplikacji służących do prezentowania efemerycznych treści oznacza znaczący zwrot od praktyk autobiograficznych, których celem jest utrwalenie treści, do tymczasowości, efemeryczności i fatyczności. Częste prezentowanie zdjęć czy filmów łączy się z kolejnymi interakcjami pomiędzy twórcą danego strumienia treści a użytkownikami, co z kolei buduje pożądane poczucie (pozornej) wspólnoty i (pozornej) bliskości. Konsekwencją niskiej częstotliwości dodawania nowych materiałów jest utrata zainteresowania internautów. Praktyki autobiograficzne na Snapchacie nie służą budowaniu całościowej prezentacji podmiotu piszącego, ale wykorzystywane są w celu pozostawania w nieustannym kontakcie z innymi. Ze względu na to, jak często udostępniane są tu nowe treści i jak krótka jest ich żywotność, użytkownicy tego rodzaju aplikacji pozostają nieustannie zalogowani, są w ciągłym kontakcie z innymi.

Podsumowanie

Od lat 90. XX wieku do końca drugiej dekady XXI wieku kolejne narzędzia komunikacji zyskiwały i traciły popularność – rozpoczynając od stron domowych, poprzez blogi, serwisy społecznościowe oraz aplikacje służące do prezentacji efemerycznych treści, które niebawem zostaną wyparte przez inne media, lepiej dostosowane do potrzeb użytkowników. Praktyki autobiograficzne prowadzone przy wykorzystaniu wymienionych wyżej narzędzi komunikacji podlegały różnorodnym przemianom. Ni-

niejszy artykuł dotyczył zaledwie jednego z kierunków przemian. Niewątpliwie fatyczność staje się coraz bardziej wyrazistą cechą praktyk autobiograficznych prowadzonych w komunikacyjnym środowisku sieci. W przypadku stron domowych fatyczność nie była elementem istotnym. Kwintesencję praktyk autobiograficznych stanowiło tworzenie przez autora w miarę spójnego wizerunku, przy znikomej roli interakcji pomiędzy twórcą a czytelnikami. Autor prezentował treści, których kształtu nie konsultował z innymi użytkownikami Sieci. Wraz ze wzrostem fatyczności kolejnych narzędzi internetowych działalność autobiograficzna staje się w coraz większym stopniu rezultatem interakcji pomiędzy użytkownikami. Znaczenie komunikacji interaktywnej zaczęło wzrastać w blogach, a w ślad za tym pojawiały się elementy fatyczności. Nie przesłaniały one jednak istoty blogowania, jaką stanowi publikowanie wpisów przedstawiających punkt widzenia autora.

Facebook zmienił postrzeganie roli osoby prowadzącej praktyki autobiograficzne – ze względu na oceny i komentarze, które mają wpływ na jej działalność. Użytkownicy dodają nowe treści, aby zagwarantować sobie obecność w mediach społecznościowych, jednak ta obecność może łączyć się z odpowiednią ekspozycją dopiero wówczas, gdy będzie dochodziło do licznych reakcji ze strony użytkowników Facebooka. Spowolnienie tempa dodawania nowych wpisów, podobnie jak zignorowanie roli interakcji, skutkuje spadkiem zainteresowania danym profilem. Kluczowa jest tu komunikacja fatyczna, która pokazuje, że działalność danego użytkownika jest dostrzegana. Natomiast Snapchat z fatyczności czyni zasadę działania, ponieważ sama treść przesyłanych zdjęć czy filmów nie jest tak istotna jak to, żeby być w nieustannym kontakcie z innymi użytkownikami i podążać za strumieniem danych.

Beata Drabik (2010, 111) podkreśliła, że odpowiedzią na zdawkowe pytanie musi być zdawkowa odpowiedź, a więc reakcją na komunikat fatyczny powinien być inny komunikat fatyczny. Pojawia się tu samonapędzający się mechanizm – im więcej jest w mediach społecznościowych przekazów fatycznych, tym więcej jest takich samych reakcji na te przekazy. Analiza nasilania się stopnia fatyczności w procesie ewolucji praktyk autobiograficznych w internecie skłania do zaaprobowania koncepcji Millera (2008, 2017), który określił współczesną kulturę poddaną różnorodnym wpływom mediów społecznościowych jako kulturę fatyczną. Przywołany badacz ocenia wskazane przemiany w sposób krytyczny, upatrując w nich kryzysu dialogu oraz informacji i trudno się z nim nie zgodzić. Ewolucja praktyk autobiograficznych w Sieci pokazuje, że coraz mniej istotne są przekazywane treści czy dyskusje wokół tych treści, a coraz istotniejsza jest sama obecność w Sieci oraz komunikacja, która stała się celem samym w sobie.

Literatura

- Askehave, Inger i Nielsen, Anne Ellerup. 2005. Digital genres: a challenge to traditional genre theory. *Information Technology & People*, 2(18), 120–141. DOI: <https://doi.org/10.1108/09593840510601504>.
- Bauman, Marcy Lassota. 1999. The evolution of internet genres. *Computers and Composition*, 2(16), 269–282. DOI: [https://doi.org/10.1016/S8755-4615\(99\)00007-9](https://doi.org/10.1016/S8755-4615(99)00007-9).
- Bralczyk, Jerzy. 1986. O rytuale propagandowym. *Zeszyty Prasoznawcze*, 2(108), 21–26.
- Chandler, Daniel i Roberts-Young, Dilwyn. 1998. *Personal home pages and the construction of identities on the Web*. Dostęp: 10.05.2022. <http://visual-memory.co.uk/daniel/Documents/short/webident.html>.
- Cheung, Chi-wai. 2000. A home on the web: Presentations of self in personal homepages. W: *Web Studies: Rewiring Media Studies for the Digital Age*, red. David Gauntlett, 43–51. London: Hodder Education Publishers.
- Crowston, Kevin. 2018. Internet genres. W: *Encyclopedia of Library and Information Science*, red. John D. McDonald, Michael Levine-Clark, 2503–2515. Boca Raton: CRC Press.
- Devitt, Amy J. 2009. Re-fusing form in genre study. W: *Genres in the Internet*, red. Janet Giltrow i Dieter Stein, 27–48. Amsterdam – Philadelphia: John Benjamins Pub. Co.
- Doctorow, Cory et al. 2002. *Essential Blogging: Selecting and Using Weblog Tools*. Beijing et al.: O'Reilly.
- Fedas, Anna. 2015. Internetowe gatunki dziennikarskie. Tradycyjne gatunki prasowe w cyfrowej formie, synkretyzm gatunkowy czy nowe wyzwania genologiczne? W: *Gatunki mowy i ich ewolucja*, red. Danuta Ostaszewska i Joanna Przyklenk, 412–418. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- Giltrow, Janet i Stein, Dieter. 2009. Genres in the Internet: innovation, evolution, and genre theory. W: *Genres in the Internet. Issues in the Theory of Genre*, red. Janet Giltrow, Dieter Stein, 1–25. Amsterdam–Philadelphia: John Benjamins Pub. Co.
- Grzenia, Jan. 2006. *Komunikacja językowa w internecie*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Hijmans, Ellen i van Selm, Martine. 2002. Between altruism and narcissism: an action theoretical approach of personal homepages devoted to existential meaning. *Communication & Medicine*, 1(27), 103–125. DOI: <https://doi.org/10.1515/comm.27.1.103>.
- Jakobson, Roman. 1960. Poetyka w świetle językoznawstwa. *Pamiętnik Literacki*, 2(51), 431–473.
- Kaczmarz, Ewa. 2018. Wzorzec gatunku internetowego. *Prace Językoznawcze*, 1(20), 71–81.
- Kępa-Figura, Danuta. 2009. Gry językowe we współczesnej komunikacji medialnej: semantyczna i pragmatyczna analiza języka mediów. *Prace Językoznawcze*, 11, 95–113.

- Kępa-Figura, Danuta. 2010. *Istota fatyczności a komunikacja medialna*. W: *Teorie komunikacji i mediów 3*, red. Marek Graszewicz i Jerzy Jastrzębski, 89–100. Wrocław: Oficyna Wydawnicza ATUT.
- Lomborg, Stine. 2014. *Social Media, Social Genres: Making Sense of the Ordinary*. London–New York: Routledge.
- Maciejewski, Marcin. 2009. *Gatunki hipertekstu w perspektywie tekstologicznej. Analiza na przykładzie internetowej prezentacji przedsiębiorstw*. Poznań: Wydawnictwo Naukowe UAM.
- Malinowski, Bronisław. 1923. The problem of meaning in primitive languages. W: Ogden, Charles Kay i Richards, Ivor Armstrong. *The Meaning of Meaning*, 296–336. New York: Harcourt, Brace & World, Inc.
- Maryl, Maciej. 2016. Tworzenie typologii gatunków piśmiennictwa multimedialnego na przykładzie blogów – propozycja metodologiczna. W: *Metody badań online*, red. Piotr Siuda. 360–398, Gdańsk: WN Katedra.
- McNeill, Laurie. 2003. Teaching an old genre new trick: the diary on the Internet. *Biography*, 26(1), 24–47.
- Miller, Nod i Morgan, David. 1993. Called to account: the CV as an autobiographical practice. *Sociology*, 1(27), 133–143.
- Miller, Vincent. 2008. New media, networking and phatic culture. *Convergence. The International Journal of Research into New Media Technologies*, 4(14), 387–400. DOI: <https://doi.org/10.1177/1354856508094659>.
- Miller, Vincent. 2017. Phatic culture and the status quo: reconsidering the purpose of social media activism. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 3(23), 251–269. DOI: <https://doi.org/10.1177/1354856515592512>.
- Naruszewicz-Duchlińska, Alina. 2011. *Internetowe grupy dyskusyjne. Analiza językowa i charakterystyka gatunku*. Olsztyn: Wydawnictwo Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego.
- O'Reilly, Tim. 2005. *What is Web 2.0. Design patterns and business models for the next generation of software*. Dostęp: 10.05.2022. <https://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html>.
- Rodríguez, Karlie. 2016. *SnapCHAT: the genre of the vanishing memoir*. Dostęp: 10.05.2022. <http://isuwriting.com/wp-content/uploads/2016/07/Rodri%CC%81guez-Karlie-GWRJ7.1.pdf>.
- Sandberg, Marianne. 2003. *Themes in Personal Homepages. A Systemic Functional Approach to Analyzing Texts in Personal Homepages by Ph.D. Students*. Dostęp: 10.05.2022. <https://extra.shu.ac.uk/daol/articles/closed/2003/005/sandberg2003005-paper.html>.
- Senft, Gunter. 2009. Phatic communion. W: *Culture and Language Use*, red. Gunter Senft, Jan-Ola Östman i Jef Verschueren, 228–233. Amsterdam–Philadelphia: John Benjamins Pub. Co.

- Siles, Ignacio. 2011. The rise of blogging: articulation as a dynamic of technological stabilization. *New Media & Society*, 5(14), 781–797. DOI: <https://doi.org/10.1177/1461444811425222>.
- Siwak, Wojciech. 2012. Autobiografizm w sieci – autobiografia jako baza danych. W: *Autobiografizm w kulturze współczesnej*, red. Katarzyna Citko i Marzanna Morozewicz, 135–159. Białystok: Trans Humana.
- Tereszkiewicz, Anna. 2014. Charakterystyka gatunkowa i funkcjonalna wpisów medialnych na Twitterze. *Poradnik Językowy*, 8(717), 48–61.
- Walker, Jill. 2005. Blog (Weblog). W: *Routledge Encyclopedia of Narrative Theory*, red. David Herman, Manfred Jahn i Marie-Laure Ryan, 45. Londyn–Nowy Jork: Routledge.
- Wallace, Patricia. 1999. *The Psychology of the Internet*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Wynn, Eleanor i Katz, James E. 1997. Hyperbole over cyberspace: self-presentation and social boundaries in internet home pages and discourse. *The Information Society*, 4(13), 297–327.

Informacje o autorze

Dr Marta Więckiewicz-Archacka – adiunkt w Instytucie Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie. Zainteresowania naukowe: ewolucja blogosfery, zmieniająca się rola dziennikarzy i dziennikarstwa w społeczeństwie sieci, zarządzanie treściami tworzonymi przez użytkowników internetu.

Kontakt:

marta.wieckiewicz@uwm.edu.pl. Służbowy kontakt korespondencyjny: Instytut Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej UWM, ul. K. Obizta 1, 10-725 Olsztyn.