

Rafał Ilnicki

Od folkloru do protez egzystencjalnych : kulturowe znaczenie portalu Facebook

Kultura Popularna nr 3 (33), 32-43

2012

Artykuł został zdigitalizowany i opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

Rafał Ilnicki

**Od folk-
loru do
protez
egzystencjalnych.
*Kulturowe znacze-
nie portalu Facebook***

¹ Fragment książki R. A. York, *Agata Christie. Power and Illusion*, Palgrave MacMillan, Houndmills – New York 2007.

Artykuł składa się z dwóch części. Pierwsza ma ukazać, w jaki sposób portal Facebook jest źródłem folkloru. Poruszone zostaną te aspekty, które ukazują specyfikę kształtowania się fenomenów kulturowych w rzeczywistości za pośrednictwem elektronicznie. W drugiej części dokonam podsumowania, wskazując na pewne ogólne mechanizmy działania portalu Facebook, dzięki czemu w zestawieniu z częścią poświęconą folklorowi unaoczniony zostanie fakt, że to medium społecznościowe w jego znaczeniu kulturowym tworzy folklor, działając przy tym jako globalna technologia intymności. Należy jednak podkreślić, że celem nie jest tutaj wyróżnianie aspektu lokalnego (folkloru) i globalnego (technologii), lecz wskazanie, w jaki sposób te dwie płaszczyzny opisu są wzajemnie określone i zdeterminowane przez siebie, pozostawiając także miejsce oraz przestrzeń dla społecznej indeterminacji – nadawania kulturowych sensów zarówno przez użytkowników, jak i technologicznie zaprogramowaną logikę działania programu, która tymże użytkownikom podpowiada i sugeruje różne sposoby interakcji, jako społecznościowy system ekspercki¹.

Rafał Illnicki – filozof-kulturoznawca, doktorant w Instytucie Kulturoznawstwa UAM. Stypendysta Fundacji im. Adama Mickiewicza w Poznaniu na rok 2012 oraz Miasta Poznania w roku 2012. Autor książki *Bóg cyborgów. Technika i transcendencja* (2011). Redaktor tomu *Sfery refleksji religioznawczej* (2012). Interesuje się wieloaspektowym wpływem techniki na kulturę, który bada z perspektywy filozoficznej.

I /// FOLKLOR NA PORTALU FACEBOOK

Facebook jest portalem gromadzącym setki milionów użytkowników, trudno zatem pominąć jego rolę kulturotwórczą, przybierającą głównie postać tworzenia specyficznych lokalności, które Lev Manovich nazywa oprogramowaniem kultury (Manovich, 2011: 11). Pomimo jednego wspólnego interfejsu, który można także modyfikować różnymi rozszerzeniami, cała struktura komunikacyjna portalu jest dostosowywana do lokalnego kontekstu jej użycia. Przez lokalność rozumiem wspólnotowo skonstruowaną przestrzeń egzystencjalną użytkowników – zupełnie abstrahuję tutaj od warunków geograficznych jako podstawy formowania różnych cech folklorystycznych. Sam w sobie Facebook, jeśli mówić o jego specyficie jako portalu, z konieczności tworzy więzi międzyludzkie². Wiąże się to z istnieniem mechanizmów zawartych w programie społecznościowym³, który przedkłada jedne połączenia nad innymi. W pierwszej kolejności wyświetlają się nam na ścianie (przestrzeni wymiany wiadomości między znajomymi) te nowości, uaktualnienia statusów osób, z którymi najczęściej wchodzimy w interakcje. Facebook wyposażony jest w filtry, systemy eksperckie, bazy danych, które mają na celu kojarzenie pewnych informacji oraz dostosowywanie częstotliwości użytkowania, tak aby wytworzyć odpowiedni folklor poprzez kojarzenie użytkowników i tym

- 1 Mówiąc o społecznościowym systemie eksperckim, mam na myśli samą strukturę portalu Facebook, który zorganizowany jest w ten sposób, żeby podpowiadać i sugerować użytkownikom zapoznanie się z danymi treściami, ale także sposobami wykorzystania serwisu. Aspekty tej funkcji są istotne do wyróżnienia, jako że wpływają one bezpośrednio na podstawową aktywność osób korzystających z portalu Facebook, dostarczając gotowych rozwiązań w kwestii zarządzania i porządkowania treści. Możliwe jest także zanalizowanie jedynie technologicznej, czyli informatycznej płaszczyzny społecznościowego systemu eksperckiego, jednak rezygnuję z jej opisu, ponieważ dla większości użytkowników pozostaje ona niejawna z racji ich częstego braku kompetencji informatycznych. W tym sensie nie odgrywa ona istotnej roli jako jedna z determinant tworzenia się określonego folkloru.
- 2 Proces ten określam mianem algorytmów zacieśniania więzi i opisuję go w artykule *Facebook jako portal kognitywnej saturacji i kolektywnej dystrybucji uwagi* (praca złożona jako propozycja do czasopisma).
- 3 Facebook, podobnie jak wszelkie aplikacje internetowe, jest pewnym programem.

samym wzmacnianie relacji między nimi. Proces ten jest gwarantem przetrwania danej wspólnoty, która przestaje traktować Facebook jako miejsce wymiany informacji lub przestrzeń działań wizerunkowych, lecz zamiast tego internalizuje powstały na portalu folklor i odczuwa potrzebę uczestniczenia w jego przemianach oraz aktywnego współtworzenia.

Gdzie jest Facebook? Metody badania

Nie czynię rozróżnienia na folklor i e-folklor, ponieważ Facebook, jako medium elektroniczne, pełni swoją rolę folklorystyczną przede wszystkim w rzeczywistości niezapośredniczonej elektronicznie, stając się elementem codziennych dyskusji i przenikając do większości sfer życia jego użytkowników. Dlatego też będę zamiennie, w zależności od kontekstu, stosował określenia folklor i e-folklor. Uważam, że folklor i e-folklor są ontologicznie równorzędne, natomiast w zależności od poszczególnych wspólnot można wyróżniać dopiero proporcje wynikłe z ich elektronicznego zapośredniczenia.

W artykule przyjmuję perspektywę etnografii online, na którą składa się transdyscyplinarna refleksja dotycząca przestrzeni elektronicznych (Ilnicki, 2010). Analizy, które przedstawiam, są efektem ponad trzyletniej obserwacji uczestniczącej realizowanej na tym portalu. Uzupełnieniem ich były rozmowy, które prowadziłem z użytkownikami portalu – z racji tego, że przedmiotem mojego zainteresowania są media techniczne, często byłem pytany o fenomeny, które dotyczą właśnie portalu, i w ten sposób uzupełniałem wiedzę na temat mechanizmów działania i społecznej recepcji portalu Facebook. Ludzie starali się zrozumieć, jak on działa, dlaczego niektórzy zachowują się na nim w określony sposób, czasem identyczny z tym, w jaki funkcjonują w rzeczywistości niezapośredniczonej elektronicznie, czasem zaś diametralnie różny. Takie informacje zwrotne pozwalały mi na śledzenie folkloru na portalu Facebook w momencie jego powstawania. Było to dla mnie tym bardziej istotne, że możemy tu mówić o złożonych strategiach użytkowania, które znajdują różne odniesienie do życia w rzeczywistości pozafacebookowej. Często pytano mnie o fenomen radości oraz imperatyw ukazywania się na portalu jako osoba szczęśliwa. Wtedy wskazywałem na źródło genetyczne – pierwsze profile tak właśnie były skonstruowane. Mówiąc o lokalnym i folklorystycznym wymiarze portalu Facebook, nie można zapominać o tym, że przecież tworzy on globalną strukturę medialną i jest przemysłem społecznościowym, dlatego musi do pewnego stopnia asymilować pewne wzorce, jeśli nie na zasadzie świadomego ich włączania, to przenikania, uzupełniania i krzyżowania z tymi lokalnymi. W tym aspekcie użytkownicy przejmują nie tylko formalny wzór autoprezentacji obecny w profilu, ale także pewien „nastrój”. Za szczęśliwych użytkowników (widoczne jest to w profilach, zdjęciach, komentarzach) odpowiedzialny jest także „społeczny imperatyw korygujący niezadowolenie”. Często gdy użytkownik narzeka, zamieszcza smutną informację (ale nie tragiczną, jak wieść o czyjejs śmierci), od razu kilku znajomych odnosi się do tego słowami, które mają ukazać dobrą stronę sytuacji, wskazując na konieczność zadowolenia, a jeśli to nie jest możliwe – to chociaż podkreślić, że „nie jest aż tak źle”, żeby publicznie okazywać zniechęcenie.

Ktoś zapytał mnie, jak to jest możliwe, że smutni Polacy (odwołuję się tutaj do kulturowego stereotypu, który przywołał mój rozmówca), którzy

nie okazują radości w życiu, tak chętnie robią to na Facebooku. Otóż nie ma między tymi dwoma trybami funkcjonowania zasadniczej sprzeczności, należy bowiem pamiętać o roli interfejsu. Nie można zbyt upraszczać; logując się na portalu Facebook, nie zostaliśmy jako użytkownicy przeniesieni do krainy szczęśliwości, lecz atmosfera panująca wśród już zalogowanych, komunikujących się osób tworzy pewną strukturę symboliczną, z której trudno się wyłamać – imperatyw pozytywności. Podkreślam, że zupełnie abstrahuję od kategorii symulacji oraz redukcji zachowań teleobecnego do działań wizerunkowych. Kluczowy dla zrozumienia tego aspektu kulturowego uczestnictwa w portalu Facebook jest właśnie powstający w nim folklor. Odpowiadając na pytanie „gdzie jest Facebook?”, należy wskazać na fakt, że folklor na nim powstały przenika do wszelkich sfer ludzkiej egzystencji, dlatego też terytoria elektroniczne nie posiadają na niego wyłączności. Jest on tyleż efemeryczny, co konkretny w obu wymienionych rzeczywistościach. Wstęp ten miał na celu ukazanie, w jaki sposób obcowałem z różnymi folklorami portalu Facebook, a także zwrócenie uwagi na fakt, że są one kontynuowane także po wyłączeniu komputera, przenikając do codzienności jego użytkowników.

Facebook jako folklor

Ciągle wprowadzane na portalu zmiany i innowacje nie uchodzą uwadze użytkowników, którzy na bieżąco odnoszą się do modyfikacji. Pojawiają się protesty, powstają przesmiewcze obrazki oraz inna twórczość, która odnosi się do zmian wprowadzanych za sprawą zarządzeń Marka Zuckerberga, założyciela portalu. Działania kontr- i anty- najczęściej nie mają realnego wpływu na zachodzące zmiany i pełnią funkcję bufora – użytkownicy przyzwyczajają się do wprowadzanych uaktualnień po chwilowej eskalacji protestów. Dzięki tworzeniu wspólnot wokół poszczególnych innowacji powstają także „społecznościowe systemy wczesnego ostrzegania”, tak jak w przypadku zmiany, która pozwala automatycznie dodawać zdjęcie profilowe do reklam. Taki folklor można wiązać z kulturą fanowską lub antyfanowską. Przy czym w drugim przypadku jest to problematyczne – ponieważ użytkownicy mogą ustosunkowywać się do zmiany jedynie za pomocą „lubienia” danej treści, nie ma miejsca na negatywność w sensie wyrażenia dezaprobaty. Elementem folkloru jest tutaj komentowanie przez użytkowników danych informacji poprzez zawieranie w komentarzach następujących stwierdzeń: „nie lubię”, „zdecydowanie nie lubię”, „powinien być przycisk bardzo nie lubię”, „nie kliknę lubię”. Bardzo interesujące jest to, że użytkownicy w swoich wspólnotach tworzą mechanizmy, która mają obchodzić system informatyczny i strukturę portalu Facebook na gruncie przemian symbolicznych, a zatem poprzez tworzenie folkloru. Świadczy to jednoznacznie nie tylko o kulturotwórczej roli tegoż portalu, ale przede wszystkim ujawnia nam sam złożony mechanizm powstawania folkloru, który związany jest z materialnością Facebooka, czyli jego kodem. Pełni to także nieoczywistą funkcję zachęcania użytkowników do interakcji. Nie przypisuję innowacjom na Facebooku dominującej roli w kształtowaniu się lokalności i symbolicznego wymiaru działań społecznościowych, ale zwracam uwagę na to, że ogromna ilość komentarzy, odniesień, zamieszczanych materiałów odnosi się bezpośrednio do tychże modyfikacji i związanego z nimi folkloru.

Wartym wspomnienia zjawiskiem folklorystycznym jest także rozprzestrzenianie paniki wokół nowopowstałego portalu Google+, rzekomej konkurencji dla Facebooka. Paradoksalnie jednak trudno mówić o masowej

rezygnacji użytkowników portalu Marka Zuckenberg'a i rejestrowaniu się na konkurencyjnym portalu, podobnie jak trudno zaobserwować współwystępowanie użytkowników na obu platformach społecznościowych. Nie wdając się w rozwiązania technologiczne należy podkreślić, że to co jest źródłem przywiązania ludzi do Facebooka jest właśnie folklor. Strategia marketingowa Google+ polegała na osiągnięciu „tajemniczości” i to podwójnej – z jednej strony możliwość zalogowania się do portalu mają jedynie zaproszeni, z drugiej strony poprzez wprowadzenie kręgów znajomych użytkownicy nie tworzą jednolitej listy osób widocznej dla każdego, lecz są uszeregowani w kręgach, nie wiedząc przy tym, w jakim kręgu się znajdują. Google+ pomimo swoich zalet i innowacji pozostaje nadal „pasożytem”⁴ portalu Facebook, z tym że jego medialne funkcjonowanie nie jest poparte tworzeniem się folkloru. To raczej Google+ w apokaliptycznym („koniec Facebooka!”) lub aprobatywnym tonie („to rozszerzenie Facebooka”, „mogę funkcjonować tu i tu”) zostaje przeniesiony i włączony do portalu Facebook. Jest to jego podstawowe stadium rozwoju, jednak przykład ten ma unaocznić, jak silny jest folklor na „niebieskim” portalu, który włącza do własnych regulacji symboliczno-technologicznych coraz więcej treści, zwiększając tym samym swój zakres kulturowego obojętowania i znaczenia.

Folklor i nieporadność użytkowników

Do powstawania folkloru zmusza także brak globalnych regulacji kulturowych. Użytkownicy, rozmawiając ze sobą, wchodząc w interakcje, na bieżąco wypracowują pewne rozwiązania, które nie są efektem długotrwałych rozmów, lecz stanowią raczej spontaniczne odnoszenie się do wymogów chwili. Szczególnie dotyczy to zawierania nowych przyjaźni oraz ich kończenia. W tym wypadku folklor wynika bezpośrednio z braku wzorca – owszem, istnieje interfejs służący do komunikacji, jednak jego rola zyskuje znaczenie, dopiero kiedy zostaje wpisana w relatywnie trwałe struktury folkloru. Ta nieporadność użytkowników zmusza ich do działania, eksperymentowania z różnymi rozwiązaniami, które doprowadzają do wykształcenia się określonych e-folklorów. Należy tę sytuację uznać także za sprowokowaną przez serwis, oferujący pewną strukturę, która jest dopiero wypełniana przez użytkowników. W ten sposób pozostawia, by nie powiedzieć wymusza, konkretne aktywności po stronie prosumentów, którzy nie tyle użytkują gotowy produkt, ile go współtworzą przez cały czas swojej aktywności na portalu Facebook.

Problematyczne jest natomiast kończenie znajomości. Użytkownik, z którego „przyjaźni” rezygnujemy, przestaje być widoczny na liście naszych znajomych, jednak nie otrzymuje on komunikatu o tym, że został wyłączony z grona naszych znajomych. Ta dysproporcja nie pozostaje bez konsekwencji dla folkloru – trudno bowiem mówić o tym, że pojawiły się zwyczaje, procedury i kulturowe legitymizowane sposoby usuwania znajomych. Z moich obserwacji wynika, że większość osób raczej blokuje innym użytkownikom dostęp do publikowanych przez siebie treści oraz wyłącza ich ze strumienia wiadomości transmitowanego na ich „ścianie”, niż decyduje się na usunięcie danego użytkownika z listy swoich znajomych. Zwracam tu uwagę na fakt,

4 W rozumieniu „pasożytniczej teorii kultury”, której autorem jest Michel Serres.

że istnieją miejsca oraz procesy, które nie doczekały się rozwiązań w określonym folklorze i wciąż są przedmiotem deliberacji oraz wątpliwości. Mówię oczywiście o pewnej tendencji, abstrahując od konkretnych przykładów, które związane są raczej z indywidualnymi strategiami, nieznanymi uznania wśród innych użytkowników. Przykładem takiego sposobu partycypacji byłoby masowe usuwanie znajomych.

Formy uznania

Jeśli miałbym określić podstawową funkcję portalu Facebook, to jest nią wyrażanie uznania, aprobaty. Realizuje się ono zarówno poprzez przycisk „lubię”, który służy do zatwierdzania wszelkich treści, które odpowiadają użytkownikom, jak i specyficzne formy rytuałów interaktywnych, które mają wzbogacić docenianie treści zamieszczanych w portalu. Omówię trzy z nich, wskazując, jakie rodzaje folkloru mogą wokół nich się wykształcić. Nie roszczę przy tym pretensji do wyczerpania tematu, wiedząc, że istnieje tak wiele społeczności wprowadzających zasady kulturowego uczestnictwa wykraczające poza technologiczne zdeterminowanie portalu Facebook, że trudno je wszystkie opisać, zwłaszcza że często są nieoczywiste. Trudno bowiem obserwować coś, co dla jednego użytkownika może wydawać się szumem komunikacyjnym, błędem, niedopatrzaniem, niedbalstwem lub tendencjami przeciwnymi, dla innego będzie jednak rytuałem interaktywnym mającym na celu podtrzymanie oraz rozwój danego lokalnego folkloru.

Ikona „lubię” pełni funkcję podstawowej czynności użytkowników, którzy wprowadzają różne schematy jej używania. Część stosuje się do reguł wymiany kulturowej, odpowiadając „lajkiem” (tak przez użytkowników określana jest jednostka lubienia danej treści, im więcej użytkowników kliknie opcję „lubię”, tym więcej dany użytkownik ma „lajków”, a więc tym większe jest jego uznanie). Rewanżując się za każdą w ten sposób otrzymaną formę uznania⁵, część użytkowników „lubi” niemal wszystkie treści zamieszczane przez ich znajomych (najprawdopodobniej nie zapoznaje się z nimi wszystkimi, tylko stara wyrazić ogólniejszy komunikat „lubię to, co robisz”, „pamiętam o tobie”), i jest to forma daru radykalnego, którego nie można odzwierciedlić, ponieważ ktoś nie ma czasu „od-lajkować” zwrótnie wszystkich treści (Baudrillard 2007)⁶. Część użytkowników (twierdzenie to opieram na obserwacji uczestniczącej zachowań na portalu Facebook oraz na bezpośredniej rozmowie z ludźmi na temat ich doświadczeń) stosuje bardziej złożone algorytmy interakcji, dysponując „lajkami” w taki sposób, żeby nie zostali pośądzeni o ich nadużywanie, bowiem wtedy staliby się niewiarygodni, a ich działania miałyby jedynie status ilościowy (automatyzm uznania wyrażający się w „lubieniu” wszystkiego), nie jakościowy (wyrażający rzekomą relację obdarowywania). Dochodzi tutaj do powstania wielu mechanizmów, które powodują, że kontekst lubienia danych

5 Osłabiając kulturową teorię daru, jej sens, można odwołać się do „lubienia” jako do jego współczesnej realizacji. Podkreślam jednak, że owo „lubienie” najczęściej posiada charakter ludyczny i nie musi być związane z utrwalaniem oraz tworzeniem folkloru, stanowiąc automatyczny gest użytkownika w stosunku do wybranych przez niego treści.

6 Jest to jednak próba wręczenia komuś brutalnie pewnego daru, bazując jedynie na ilości kliknięć. Mówiąc tutaj o darze radykalnym, mam na myśli raczej aktywność użytkownika, który wciąż daje komuś wyraz uznania, bez względu na to, czy zostanie on odwzajemniony w ogóle lub w określonym stopniu (bowiem całościowy rewanż nie jest często możliwy ze względu na czas i uwagę, jakie należałoby poświęcić na zwrótnie „lubienie” zamieszczanych treści i uaktualnienie statusu).

treści i aktywności nie ogranicza się jedynie do wyrażenia własnej aprobaty, lecz posiada wymiar kulturowy. Można bowiem stratyfikować „lajki”; posiadają one swoją lokalną hierarchię społeczną, jak w przypadku gdy osoba znana czy też popularna w danym środowisku lub nieokazująca przeważnie w tej postaci uznania nagle zacznie je manifestować. W ten sposób uznanie staje się istotnym elementem folkloru, ponieważ od tego, kto i w jakim kontekście lubi określoną treść, zależy często folklor będący podstawą tworzenia się kolejnych dyskursów i sensów wokół określonych treści. Tutaj także można przywołać koncepcję święta poprzez odwołanie się do wydarzeń, w których osoba lubiąca nasze treści funkcjonuje w folklorze uznanym jako pewne odniesienie dla pozostałych użytkowników. W tym sensie także folklor staje się nadbudową na infrastrukturze technologicznej portalu Facebook.

Ogólne zachowanie lokalne zdradza także sformułowanie „kradnę” (pożyczam), które dotyczy zamieszczonych przez innych użytkowników treści. Sam portal nie wprowadza w przypadku kopiowania zamieszczonych informacji żadnych ograniczeń (wyjąwszy ustawienia konta użytkownika oraz prywatności, które mogą modyfikować dostęp do poszczególnych treści określonej grupy użytkowników). Istnieje funkcja dzielenia się naszymi zasobami z innymi użytkownikami (o ile oczywiście ją włączymy do pewnej grupy dostępowej⁷), jednak wokół interesujących treści wykształcił się pewien lokalny rytuał. Osoba, która chce skopiować dany odnośnik, komentarz, cytat czy jakąkolwiek inną informację, zamieszcza pod tym materiałem komentarz „kradnę”, po czym wkleja go na swój profil razem z odniesieniem do użytkownika, od którego dana informacja została pobrana. Część osób nie przekopiuje jednak danej treści, jeśli nie otrzyma zgody użytkownika, dlatego też zwraca się z pytaniem „mogę ukraść?”, po czym następuje zgoda wyrażona najczęściej słowami „oczywiście”, „jasne”, „nie ma problemu”. Jest to podstawa zacieśniania więzi i nie można postrzegać jej wyłącznie jako naddatku pewnej funkcji technologicznej. Pomiędzy wklejaniem danej treści na różne ściany dochodzi do kultywowania folkloru, wspominania, tworzenia kolektywnych opowieści i odniesień pełniących istotną rolę kulturową, bowiem wprowadzających kontekst dla użytkowników.

Najwięcej możliwości w sferze uznania, jeśli chodzi o zróżnicowanie odpowiedzi oraz środków ekspresji, pełni funkcja komentowania, która przybiera także postać pewnych obyczajów komunikacyjnych mających wyrazić określone kulturowe sensy w stosunku do użytkowników, z którymi wchodzi się w interakcje.

Urodziny

Jednym z podstawowych rytuałów społecznościowych na portalu Facebook jest składanie sobie życzeń urodzinowych. Można tutaj mówić o różnych lokalnych tradycjach. Pokróćce omówię niektóre z nich, by stało się jasne,

7 Mechanizm inicjacji opiera się najczęściej na zatwierdzeniu czyjejs oferty dołączenia do grupy znajomych. Trudno tutaj mówić o jakichś szczególnych strukturach, które można by uznać za przykłady wyraźnego folkloru, biorąc pod uwagę samą aktywność dodawania do znajomych. Jednak istnieją wyjątki. Kiedy chciałem znaleźć się w grupie znajomych pewnego autora książek poświęconych cyberkulturze, zostałem zapytany, czy znam jego twórczość. Otrzymałem standardowy list, w którym autor twierdził, że jego profil ma charakter promocyjny i zależy mu na akceptowaniu jedynie tych osób, które będą mogły w aktywny sposób odnosić się do zamieszczanych przez niego informacji oraz artykułów.

jaką formę mogą one przybierać. Część użytkowników wprowadza określone rytuały: „lubi” wszelkie życzenia. Inni bezpośrednio odnoszą się do życzeń, starając się nawiązać dzięki temu komunikację. Tutaj także uwidacznia się folklor danej wspólnoty, gdzie wyraźnie widać, że życzenia składane przez dalszych znajomych przybierają formy standardowych, przyjętych w danej kulturze form („sto lat!”, „wszystkiego najlepszego!”), podczas gdy pozostałe odwołują się w mniejszym lub większym stopniu do wydarzeń podkreślających relacje łączące dane osoby.

Podsumowując tą część artykułu, należy podkreślić, że mamy do czynienia z zupełnym przesuwaniem się granic prywatności, które mają wpływ na powstawanie folkloru. Większość użytkowników stosuje strategie udostępniania oraz komentowania danych treści intuicyjnie lub też w sposób metodyczny i przemyślany stosując określone strategie. Mimo to w przypadku tworzenia się określonego folkloru do zasobów informacyjnych portalu Facebook przenika także część subiektywności jego użytkowników, wyrażająca się w stosowaniu emocjonalnie zabarwionych komentarzy i przenoszeniu coraz większego spektrum aktywności życiowych do tego globalnego medium społecznościowego.

II /// FACEBOOK W FUNKCJI PROTEZY EGZYSTENCJALNEJ

Technologia próżności

Celem nie jest tutaj negatywna waloryzacja portalu Facebook, jego możliwa dyskredytacja, lecz wskazanie na jedną z istotnych tendencji motywujących użytkowników do podjęcia określonych działań, które skutkują powstaniem folkloru. Skoro to medium społecznościowe jest miejscem, w którym powstaje kultura oraz krystalizują się mechanizmy zachowania przenoszone do świata niezapśredniczonego elektronicznie, należy określić, jaka jest podstawowa funkcja tego portalu⁸. Twierdzę, że główną motywacją uczestniczenia w tym portalu jest kulturowa próżność użytkowników, przy czym rozumiem przez to pojęcie aktywności podejmowane z przyzwyczajenia i będące raczej łatwym sposobem na uzyskanie aprobaty i pewnych form uznania. Zatem abstrahuję do pewnego stopnia od próżności jako cechy typowo psychologicznej, bowiem stosowanie jej w tym kontekście byłoby zbyt dużym uproszczeniem, zważywszy na to, że portal Facebook zmusza użytkowników do przeformułowania nie tylko sposobu tworzenia folkloru, ale także pewnych kategorii osobowościowych i aksjologicznych. Dzieje się tak, ponieważ w danych wspólnotach i społecznościach dla sprawnego funkcjonowania (choćby w podstawowym wymiarze komunikacyjnym) konieczne jest bycie zalogowanym do tego portalu, a więc często pewien funkcjonalizm i instrumentalizm użytkownika nie jest bezpośrednio związany z występowaniem pewnych cech osobowościowych, mimo że treści publikowane przez poszczególne osoby na interfejsie tego medium społecznościowego mogą sprawiać takie wrażenie. Dodawanie kolejnych stron do „lubienia”, komentowanie zdjęć, wiadomości, aktualnych

⁸ Zwrócenie uwagi na ten aspekt portalu Facebook zawdzięczam Mirosławie Ściupider-Młodkowskiej.

doniesień jest mniej efektywne niż inne miejsca, w którym te aktywności mogłyby z pewnością zostać zrealizowane w sposób gwarantujący większą skuteczność. Facebook jest połączeniem wszelkich możliwych relacji łączących ludzi – od zupełnie ludycznych po profesjonalne. Jeśli jednak wzajemnie się one krzyżują, nachodzą na siebie, konfliktują, uzupełniają, to niemożliwa do utrzymania jest jedna strategia zarządzania profilem przez użytkownika. Jeśli chce on partycypować w pracach portalu na odpowiednim poziomie, zmuszony jest nieustannie adaptować się do relacji narzuconych przez innych użytkowników, infrastruktury technologicznej portalu oraz relacji będących efektem oddziaływania określonego kontekstu, który nie tylko modeluje oraz profiluje poszczególne wypowiedzi, lecz moduluje także nieustannie własną strategię nawigowania i partycypacji. Kulturowa próżność związana jest tutaj z pewną łatwością poruszania się po serwisie – jego ogólne ramy pozwalają na dzielenie się dowolnymi treściami dotyczącymi różnych dziedzin życia, przez co użytkownicy przyzwyczajają się do tego, że swobodnie mogą eksplorować to medium i bez większego wysiłku otrzymywać interaktywne dowody uznania i gratyfikacji za umieszczanie „lubianych” przez innych treści. W tym sensie też naddatek tego publikowania często przybiera postać gry z konwencją, kiedy to użytkownicy, by wyróżnić się spośród innych, są zmuszeni do sięgania po coraz to nowsze rozwiązania formalne oraz dyskursywne, które utrzymują profil danej osoby „przy życiu”, czyli w centrum wydarzeń i uwagi⁹.

Bycie podziwianym sprowadza się do bycia oglądanym, ale też do otrzymywania interaktywnych gratyfikacji w postaci pochlebnych i pozytywnych komentarzy, „lubienia” poszczególnych treści, a także wklejania treści opublikowanych na danym profilu. Kulturowa próżność odnosi się także do folkloru, bowiem skoro użytkownicy wciąż ponawiają interakcję z tymi samymi treściami, to należy podkreślić znaczenie tendencji, w której dochodzi do zacieśniania oraz intensyfikowania się interakcji prowadzącej do wyłonienia się schematów komunikacyjnych oraz form dyskursywnych właściwych dla danej społeczności. Kulturowa próżność jawi się w tym kontekście jako gra różnicy (wprowadzanie nowych treści i rozwiązań w kwestii słowa) oraz powtórzenia (utrwalania zastanych struktur interakcji użytkowników).

Hiperinstrumentalizm i folklor

To, w jaki sposób profil jest przedstawiany, odnosi się ściśle do struktury programu (por. Ilnicki, 2011). Hiperinstrumentalizm prezentacji oraz proponowanej przez tę strukturę interakcji jest w nią wbudowany – zaprogramowany. Użytkownicy zostają zalogowani do rzeczywistości, w której każdy element ich opisu znajduje swoje ustalone i wyróżnione miejsce. Ten hiperinstrumentalizm – statystyczne i strukturalne uprzedmiotowienie tożsamości użytkowników i wpisywanie jej w ramy określone w programie Facebook – jest osławiany oraz humanizowany przez różne formy folkloru, który czyni egzystencję w środowisku zapośredniczenia elektronicznego bardziej ludzką, tworząc w ten sposób pewną superstrukturę na infrastrukturze technologicznej.

W efekcie hiperinstrumentalizmu użytkownicy rezygnują ze sfery swojej prywatności w różny sposób. Często informacje o przekonaniach religijnych, politycznych, szczegółowych zainteresowaniach i statusie rodzinnym są

9 Kwestię tę rozpatruję szerzej w artykule *Facebook – portal kognitywnej saturacji i kolektywnej dystrybucji uwagi* (złożony jako propozycja do czasopisma).

widoczne dla wszystkich oglądających dany profil. Tworzenie pewnych stylów prezentacji staje się antidotum na petryfikację tożsamości w strukturze portalu. Prowadzi to bezpośrednio także do wyłonienia się specyficznego dla danego typu przedstawiania własnego profilu folkloru. Często bowiem umieszczane informacje mają charakter prześmiewczy, żartobliwy, są odniesieniem do jakichś ukrytych sensów i kodów kulturowych znanych tylko części użytkowników. W ten sposób następuje folkloryzacja, która stanowi nadbudowę na technologicznej infrastrukturze portalu, standaryzującą i porządkującą wszelkie umieszczane na nim treści podług pewnych przygotowanych do tego celu kategorii. Zatem pozornie wszystko jest na wierzchu, w rzeczywistości natomiast pozostaje ukryte. Jest to sposób prezentacji paradoksalny, ale powszechnie stosowany przez użytkowników tego medium społecznościowego.

Facebook zawsze włączony i użytkownik zawsze podłączony, czyli Facebook jako proteza egzystencjalna

Sherry Turkle w udzielonym przez siebie wywiadzie twierdzi, że technologie ewoluowały od narzędzi do protez¹⁰, dodałbym – protez naszej egzystencji. Sama funkcja społecznościowa elektronicznego środowiska powoduje, że relacje międzyludzkie są w coraz większym stopniu mediowane przez ten portal. Jesteśmy przyzwyczajani do reagowania na wszystko, co się dzieje na Facebooku – bez względu na to, czy akurat jesteśmy podłączeni, otrzymujemy powiadomienia na pocztę (można je wyłączyć), w których zostaje przekazana informacja o bieżącej aktywności użytkowników. Podobnie jest z wszechobecnością portalu Facebook na urządzeniach mobilnych – telefonach komórkowych, tabletach, laptopach. Wszędzie protezujemy egzystencję, bowiem świat, jaki do nas dociera za pomocą portalu społecznościowego wymyślnego przez Marka Zuckerberga, stanowi często pierwsze źródło informacji o sytuacji rodziny, znajomych, przyjaciół. W ten sposób Facebook w ramach swej podstawowej funkcji jako technologii intymności¹¹ przechodzi do fazy, w której pełni rolę protezy intymności. Bardzo trudno jest się wylogować, odłączyć, ponieważ nie traktujemy tego portalu jako neutralnego narzędzia i rezygnując z uczestnictwa w poszczególnych aktywnościach, skazujemy się na rodzaj wykluczenia, które przybiera postać niedostępności – odebrana nam zostaje jedna z podstawowych protez, strumień informacji zostaje odcięty. Funkcjonowanie mediów technicznych jako protez, które zostały włączone do naszego podstawowego wyposażenia egzystencjalnego, powoduje, że użytkownicy często rozpoczynają dzień i kończą go na Facebooku, cały czas szukając możliwości interakcji. W tym celu także tworzą się poszczególne folkloory, które są relatywnie trwałymi strukturami interakcji między komunikującymi się jednostkami.

¹⁰ Z Sherry Turkle rozmawiał Henry Jenkins: http://henryjenkins.org/2011/08/an_interview_with_sherry_turkl.html, data dostępu: 25.08.2011.

¹¹ Jest to określenie Sherry Turkle.

Kolektywna dezintencjonalizacja

Użytkownicy portalu Facebook interesują się tym, co znajduje się na tym portalu, czyli tymi treściami oraz danymi, które są umieszczane w nim przez serwis oraz pozostałych użytkowników. Zatem ukierunkowanie uwagi i intencji może dokonywać się jedynie w tym środowisku. Możliwa jest także transcendencia – przekroczenie struktury portalu, które jednak odbywa się za pośrednictwem prymitywnej deterytorializacji w postaci przenoszenia uwagi na źródła zewnętrzne poprzez linkowanie. Jednak najczęściej po niej następuje reterytorializacja intencji, czyli powrót do portalu Facebook, by skomentować to, co zostało wyświetlone, odtworzone w innych zasobach. Intencjonalność jest zatem ukierunkowana zwrotnie ku treściom podstawowym portalu Facebook, które działają jako uniwersalne odniesienie wszelkich działań podejmowanych przez użytkowników. W konsekwencji tego procesu w jego globalnym wymiarze następuje kolektywna dezintencjonalizacja, czyli pozbawienie zalogowanych do serwisu osób celów przy jednoczesnym wprowadzeniu quasi-celów w postaci zadań do wykonania, które sprowadzają się do interpasywne¹² monitorowania nowości. W ten sposób intencje użytkowników, te indywidualne oraz zbiorowe, są dewastowane, to znaczy sukcesywnie osłabiane, bowiem fragmentaryczne, niespójne, krótkotrwałe czynności nie są w stanie stworzyć warunków dla długoterminowych intencji. Często powstają folklorystyczne krótkie trwania, które szybko zostają wytworzone i w równie szybkim tempie znikają. Dlatego też zachodzi potrzeba zarządzania intencjonalnością na wzór pewnego metaprogramu, który zawierałby charakterystykę pewnej intencji ogólnej, którą może być poznanie nowych osób, realizacja określonej strategii użytkownika, wprowadzenie jakiejś formy działań marketingowych, aż po ludyczne egzystowanie polegające na już zdeintencjonalizowanej aktywności. Wszystkie te zamierzenia pełnią funkcję ogólnego ukierunkowania, z którym są w danym stopniu skorelowane wszelkie pozostałe dążności oraz podejmowane działania. W tym aspekcie, podobnie jak w przypadku hiperinstrumentalizmu, folklor pełni funkcję oporu przeciw dyktaturze nowości i „pladze opiniiotwórstwa”. Doprowadza bowiem do tworzenia relatywnie trwałych sposobów i zasad współdziałania ze sobą użytkowników, które poprzez wprowadzanie własnych regulacji unikają poddawania się sugestiom portalu mającym prowadzić do dezintencjonalizacji na rzecz ciągle dostarczanych nowości. Problemem jest natomiast utrzymanie ciągłości umieszczanych informacji i spójności, więc nawet jeśli użytkownicy zdecydują się na wprowadzenie pewnego metaprogramu zarządzania intencjonalnością, by uchronić się przed kolektywną dezintencjonalizacją, to ten e-folklor musi zdecydowanie różnić się od jego tradycyjnych wersji. Tradycyjne wersje zachowywały ciągłość w czasie i odnawiały pewne sensy i wartości, podczas gdy na portalu Facebook takie istnienie jest trudne do utrzymania, jako że środowisko ciągle się zmienia, wymuszając tworzenie się coraz to nowych form komunikacji i partycypacji.

Skutkiem kolektywnej dezinstytucjonalizacji jest także tworzenie sztucznych obwodów intencji. To błędne koło powracania do portalu Facebook, kiedy właściwie nie ma się żadnego celu, wtedy też następuje nieskończone

¹² Jest to pojęcie Roberta Pfallera pierwotnie używane w odniesieniu do sytuacji odbiorcy sztuki interaktywnej.

„browsowanie”, czyli przeglądanie uaktualnień statusów, komentarzy, zdjęć, linków. Między innymi to właśnie jest podstawą tworzenia folkloru na tym portalu – powracanie do jego zawartości sprawia, że użytkownicy wypracowują pewne schematy reagowania, sposoby partycypacji, czyli mówiąc wprost – kulturę posiadającą zarówno znamiona lokalności, jak i globalności, będącą odniesieniem dla poszczególnych folklorów.

Spółecznościowe oprogramowanie umysłu – Facebook jako *mindware*

Podsumowując, należy wskazać, że Facebook jest medium intensywnie zmieniającym kulturę. W charakterze parodii zostało to przedstawione w odcinku *You have o Friends* serialu *South Park*, gdzie struktury komunikacji używane w życiu codziennym zostały literalnie przeniesione ze schematów porozumiewania się na Facebooku. Na kulturową rolę portalu składa się zarówno jego egzystencja w przestrzeni elektronicznej, jak i poza nią. Mówiąc o pewnej ewolucji tego medium, należy wskazać zarówno innowacje wchodzące w skład ciągle poprawianego i modyfikowanego interfejsu, jak i równocześnie zachodzące procesy folkloryzacji. Facebook pełni zatem rolę oprogramowania umysłu – pewnego rodzaju *mindware*'u, dzięki któremu użytkownicy zapośredniczają swój kontakt ze światem na najbardziej podstawowym poziomie egzystencji.

BIBLIOGRAFIA:

- Baudrillard J. (2007), *Wymiana symboliczna i śmierć*, przeł. S. Królak, Warszawa.
- Ilnicki R. (2010), *Etnografia online – eksplorowanie chaosmosu. Filozofia mediów i badania empiryczne* [w:] *Współczesne nurty badawcze młodych naukowców*, red. D. Czakowska-Ziobrowska, M. Gwoździcka-Piotrowska, Poznań 2010.
- Ilnicki R. (2011), *Od programu komputerowego do kultury jako programu. Perspektywa studiów nad oprogramowaniem (software studies)*, Media-Kultura-Społeczeństwo, (w druku).

NETOGRAFIA:

- Manovich L. (2011), http://www.manovich.net/docs/Manovich.Cultural_Software.2011.pdf (data dostępu: 25.08.2011).
- Henry Jenkins interview with Sherry Turkle, http://henryjenkins.org/2011/08/an_interview_with_sherry_turkl.html (data dostępu: 25.08.2011).