

Krzysztof Stachura

Cyfrowe (nie)kompetencje : nowe technologie w służbie "ja"

Kultura Popularna nr 4 (50), 4-14

2016

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.

Krzysztof Stachura

**Cyfrowe
(nie)kom-
petencje. *Nowe tech-
nologie w służbie „ja”***

W ostatnich latach można zauważyć wzrost zainteresowania nie tylko wspólnotowymi, ale i zindywidualizowanymi kontekstami używania nowych technologii. Indywidualizm sieciowy stał się platformą zarówno budowania więzi i relacji między ludźmi i grupami społecznymi, jak i punktem wyjścia do pojawienia się alternatywnych wzorów kulturowych (Chua, 2013). Nowy społeczny system operacyjny (Rainie, Wellman, 2012) wymaga zmodyfikowanych sposobów radzenia sobie w świecie i zyskiwania przewag konkurencyjnych przy wykorzystaniu różnych narzędzi. W tak programowanej rzeczywistości znaczenia nabierają nowe rodzaje i formy kompetencji społecznych, przekładające się na zróżnicowane strategie użycia nowych technologii i sposoby komunikacji z wykorzystaniem nowych mediów.

Warto jednak przyjrzeć się logice nabywania i wykorzystywania kompetencji w świecie połączonym – rozpiętym między fizycznym doświadczeniem codzienności i zdarzeniami zapośredniczonymi przez kanały technologiczne – w sposób, który uwzględniałby przede wszystkim potrzeby i punkty widzenia jednostek korzystających z nowych mediów. Oznacza to odejście od badania kompetencji tradycyjnie uznawanych za ważne, określanych jako baza do sprawnego używania technologii, jak na przykład tworzenie prezentacji elektronicznych, wykonywanie operacji na plikach i folderach, instalowanie urządzeń czy umiejętność obsługi programów biurowych (Batorski, 2015).

Analityczną uwagę można skupić nie tylko na klasycznie instrumentalnych kompetencjach, ale również na zdolnościach adaptacji do nowych realiów życia społecznego, wyznaczanych przez reżim konektywności (Turkle, 2011: 207); istotnych z punktu widzenia prowadzenia symbolicznej walki o ograniczone zasoby uwagi i bycia widzianym. Badanie sposobów zdobywania tych nowych umiejętności, wykorzystywania ich w praktyce oraz umiejętnego zarządzania nimi pozwala uzyskać wgląd w specyfikę cyfrowej zmiany społecznej, nowe strategie negocjowania tożsamości i sposoby radzenia sobie z prezentacją „ja” przed nie do końca znanymi audytoriami¹.

Nowe media – nowe sytuacje społeczne

Skrypty praktyk kulturowych i zasady normujące relacje interpersonalne ulegają naturalnej, choć trudnej do przewidzenia ewolucji pod wpływem upowszechnienia nowych kanałów komunikowania (Gaver, 1996). Prowadzi to do istotnej redefinicji sytuacji społecznych i znaczeń im nadawanych. Nowe media nie tylko oferują nam możliwość łatwego dostępu do bycia z innymi (Heidegger, 2004), ale także tworzą nowe okoliczności, spotkania i zachowania (Meyrowitz, 1985). Oswajamy więc świat społeczny, wykorzystując nowe technologie, a nasze życia podlegają umobilnieniu i wynikającej z tego fizycznej dyslokacji. Gdy relacje odklejają się od miejsc, a kategoria obecności traci swoje pierwotne, materialne znaczenie, korzystamy z nowych narzędzi, by pozostawać w kontakcie z innymi i prezentować im określone przedstawienia „ja”.

Ważną umiejętnością w epoce cyfrowej staje się w tym kontekście refleksyjne zarządzanie wizerunkiem, uwzględniające podejmowanie decyzji o tym,

¹ Tekst powstał na podstawie zrealizowanych w latach 2013–2016 etnograficznych badań nad praktykami cyfrowej reedycji „ja”, częściowo finansowanych ze środków na badania własne dla młodych naukowców na Uniwersytecie Gdańskim.

jakimi informacjami dzielić się z audytoriaми, rozwiązywanie dylematów dotyczących relacji publiczne–prywatne czy dbałość o tworzenie sprzyjających jednostce sieci kontaktów. Indywidualne autonarracje trzeba umiejętnie planować i realizować, zachowując jednocześnie kontrolę nad procesem ewolucji cyfrowej (choć niepozobawionej połączenia z fizycznością) wersji „ja”. Technologie pełnią tu rolę maszyn do tworzenia relacji – nietrwałych, ale istotnych z punktu widzenia poszczególnych jednostek (Krajewski, 2010: 37).

Budowanie sieci kontaktów, choć wartościowe, nie jest celem samym w sobie. Za sprawą posiadanych relacji możliwe jest realizowanie swoich potrzeb, często bez bezpośredniego angażowania się w interakcje, ale też bez ograniczeń czasu i przestrzeni (Baym, 2010). Tworzony przy wsparciu nowych technologii komunikacyjnych przemysł współprzebywania wyraźnie wspiera i wzmacnia dążenia indywidualizacyjne, w tym pragnienie wyzwolenia się od uwarunkowań i wymogów strukturalnych. Nawet jeśli osiągnany tym sposobem faktyczny poziom autonomii jest ograniczony (na przykład do przestrzeni danej platformy komunikacyjnej czy też generalnie przestrzeni online), dają jednocześnie poczucie sprawstwa i przekłada się bezpośrednio na sposoby działania w świecie. Realne społeczne i kulturowe konsekwencje tych procesów są tym większe, im bardziej powszechne stają się cyfrowe praktyki korzystania z nowych technologii w celach komunikacyjnych (Walther, Carr, Choi, DeAndrea, Kim, Tong, Van Der Heide, 2011: 21).

Konfigurowanie życia w wielu aspektach wymaga dziś podłączenia do nowych technologii i gotowości do ich regularnego wykorzystywania. Za sprawą cyfrowych narzędzi i platform budujemy koncepcję „ja”, ustanawiamy nasze miejsce w świecie społecznym i konstruujemy zestawy praktyk używanych w codzienności (Lupton, 2015: 188–189). Adaptujemy się przy tym do realiów wielozadaniowości, funkcjonowania w systemie wymagającym od nas przełączania się między sytuacjami społecznymi, często osadzonymi w odmiennych kulturowych kontekstach (van den Berg, 2010). Wszystkie te procesy wymagają odpowiedniego przygotowania, a następnie wdrożenia, realizacji i utrzymania. Do tego natomiast potrzebne są określone zasoby i kompetencje. Częściowo można je pozyskać w toku zdobywania doświadczeń w świecie cyfrowym, w znacznym stopniu stanowią też zapewne pochodną umiejscowienia w społecznej hierarchii jednostek i ich kapitałów ze świata offline.

Wzmocniona nowymi technologiami komunikacyjnymi zmiana społeczna dokonuje się, paradoksalnie, bez intensyfikacji interakcji między użytkownikami. Porozumiewanie się za pośrednictwem kanałów społecznościowych wzmacnia więzi i pozwala relacjom trwać. Z badań Jeffreya Halla (2016) wynika jednak, że jest to aktywność, którą podejmuje się rzadko – stanowi ona zaledwie 3,5 proc. czasu spędzanego online². Takie wyobrażenie specyfiki kontaktów zapośredniczonych przez nowe technologie zdaje się wzmacniać tezę o indywidualizacji praktyk używania nowych mediów. Nie znajduje natomiast przełożenia na zmniejszenie potencjału emocjonalnego związanego z obecnością i podejmowaniem aktywności online, głównie za pośrednictwem kanałów społecznościowych. Funkcjonowanie w środowisku technologicznie zapośredniczonym opiera się na emocjach, wymianie i byciu podłączonym. W tym sensie stanowi kontrę do realiów mediów tradycyjnych, którym przypisuje się ciężenie ku racjonalności, dystansowi i obiektywizacjom (Garde-Hansen J., Gorton K., 2013: 79). Poruszanie się w cyfrowych realiach

² Warto dodać, że za wchodzenie w interakcje użytkownicy nie uznają na przykład zamieszczania polubień pod czyimiś wpisami czy udostępniania postów innych osób.

wymaga umiejętności zarządzania nie tylko swoim wizerunkiem, ale też emocjami związanymi z aktywnością, która manifestuje się online. Zasady odczuwania w nowych mediach różnią się bowiem istotnie od tych znanych ze świata niezapośredniczonego przez nowe technologie (Schwarz, 2011). Nadal też wydają się stosunkowo słabo zbadane i rozpoznane.

Alternatywne spojrzenie na kompetencje

Posługuję się w tytule pojęciem „(nie)kompetencji”, ponieważ za przedmiot badawczego zainteresowania uznaję takie umiejętności i zasoby kulturowe, które w polu instrumentalnie rozumianych kompetencji często się nie mieszczą. W efekcie nie mówi się o nich jako o specyficznych składnikach kapitału jednostek czy, w węższym rozumieniu, elementach cyfrowej bazy kompetencji. Zakładając jednak specyfikę opisywanej zmiany społecznej, zasadne wydaje się poszerzenie oglądu analitycznego o nowe typy zasobów, istotnych zarówno dla sprawnego poruszania się w przestrzeni cyfrowej, jak i w powiązanim z nią blisko świecie doświadczeń niezapośredniczonych przez nowe technologie komunikacyjne.

W tradycyjnym rozumieniu kompetencje społeczne mają umożliwiać „prawidłowe” działania społeczne. Wpaja się je po to, by zostały odpowiednio zinternalizowane i właściwie wykorzystane – użyte w celu adaptacji do systemu społecznego i strukturalnych oczekiwań względem jednostek. Posiadanie kompetencji ma przynosić określone (społecznie funkcjonalne) korzyści, a proces ich nabywania jest naturalnym elementem socjalizacyjnym i adaptacyjnym. Taka formuła obowiązuje też w przypadku korzystania z nowych technologii komunikacyjnych. Kompetencje związane z używaniem nowych mediów (określane najczęściej jako cyfrowe czy informacyjne) można standaryzować (Rozkosz, Siuda, Stunża, Dąbrowska, Klimowicz, Kulczycki, Muszyński, Piotrowska, Sieńko, Stachura, 2014), a na tej podstawie programować strategie wsparcia w nabywaniu kluczowych zasobów, przede wszystkim względem osób młodych i zagrożonych wykluczeniem.

Pedagogizacja dyskursu wokół kompetencji wymaga jednak krytycznego komentarza. Założenie o funkcjonalności określonych typów kompetencji nie uwzględnia bowiem sytuacji społecznych różnicowań i stanowi formę strukturalnego przymusu, jaki na jednostkę nakładają systemy eksperckie. Mimo intensywności zmian zachodzących w świecie nowych technologii komunikacyjnych, gorset „właściwych” kompetencji pozostaje sztywny. Jakkolwiek trudno kwestionować zasadność zdobywania szeregu umiejętności przydatnych w codziennym korzystaniu z nowych mediów, pewien poziom denormatywizacji w myśleniu o kompetencjach umożliwiłby ich ogląd z innej, bardziej oddolnej perspektywy. Byłoby to zasadne także z dwóch innych powodów. Po pierwsze powracamy dziś do myślenia o formach uczestnictwa w kulturze zbliżonych do szerokiego, antropologicznego rozumienia tej sfery ludzkiego życia (Krajewski, 2013). Po drugie odgórne narzucanie perspektywy „właściwych” kompetencji, które należy rozwijać, jest przejawem symbolicznej przemocy instytucji państwowych i służy podtrzymywaniu modelowania wzoru „dobrego obywatela” (Jewdokimow, 2012).

Uwagę na te procesy zwrócili autorzy badań poświęconych relacyjnemu ujęciu kompetencji medialnych Polaków, postulujący między innymi

przemyslenie znaczeń kategorii „kompetencje” i „media” oraz zniesienie uniwersalnego horyzontu w dyskusji o strategiach nabywania i wykorzystywania umiejętności przy wsparciu nowych technologii (Filiciak, Mazurek, Growiec, 2013). Konsekwencją takiego poszerzenia perspektywy analitycznej w obszarze kompetencji cyfrowych jest dowartościowanie praktyk podejmowanych przez użytkowników, a w konsekwencji zwiększenie poziomu ich emancypacji. Przeglądanie się różnym sposobom używania mediów może oferować wgląd w indywidualne strategie radzenia sobie użytkowników (Filiciak i inni: 5). Jest to szczególnie istotne z perspektywy badania ekologii środowiska cyfrowego, w tym przemian strukturalnego pozycjonowania jednostek w sieciach społecznych.

Uwzględnianie alternatywnych instrumentalności w analizach kompetencji cyfrowych nie znosi natomiast problemu społecznych nierówności związanych z różnymi poziomami posiadanych zasobów oraz strategiami ich wykorzystywania. Aktualne pozostają pytania o to, w jaki sposób i z jakim poziomem refleksyjności użytkownicy budują przewagi konkurencyjne względem innych osób oraz z jakich narzędzi korzystają, by to robić (Selwyn, 2004). Wszystkie cyfrowe formy działań społecznych generują podziały, a różnice między użytkownikami czy światami społecznymi, do których przynależą, mają swoje realne konsekwencje. Nowe przejawy przewag i wykluczeń remodelują społeczną strukturę, tworząc odnowione kulturowe hierarchie (Drozdowski, 2014). Ich nowe wersje mogą stanowić jedynie odtworzenie kształtu dawniej obowiązujących struktur czy wręcz klasowego wymiaru zaangażowania w użycie nowych technologii komunikacyjnych (Halawa, 2013). Ta hipoteza wymaga jednak weryfikacji w toku badań empirycznych.

Tytułowe „(nie)kompetencje” można jednak rozumieć nie tylko jako pewną alternatywę dla umiejętności uznawanych za pożądane i społecznie funkcjonalne. Okazuje się bowiem, że poziom kompetencji, jakimi dysponujemy w obszarze typowych testowanych zachowań online (takich jak wspomniane na wstępie tworzenie prezentacji elektronicznych, wykonywanie operacji na plikach i folderach, instalowanie urządzeń czy umiejętność obsługi programów biurowych), jest przeciętny. Co więcej, w roku 2015 był niższy niż w roku 2013, a w 2013 – niższy niż w 2011 (Obracht-Prondzyński, Stachura, Jankowska, Łubińska, Kalinowska, Przydatek, Szulc, Mordzon, Smolińska, 2015). Wstępne intuicje i rozpoznania empiryczne sugerują, że podobnie jest w przypadku umiejętności ważnych z punktu widzenia zarządzania „ja” w świecie połączonym. Stanowiłoby to też kontrę do mitu o cyfrowych tubylcach (Prensky, 2001), jako że praktyki bycia online, publikowania treści i kontrolowania wizerunku są istotne przede wszystkim dla osób młodych.

Cyfrowe nawigacje i transmitowanie „ja”

Poza funkcjonowaniem w społecznościach oraz utrzymywaniem kontaktów za pośrednictwem różnych kanałów komunikacyjnych online użytkownicy nowych technologii znaczną ilość czasu poświęcają na umiejętne zarządzanie wizerunkiem, publikowanie treści związanych ze swoim życiem i dokonywanie szeregu zabiegów tożsamościowych mających na celu odpowiednią ekspozycję „ja” w mobilnych sieciach społecznościowych. Praktyki transmitowania siebie online określa się mianem *lifestreamingu* – specyficznej formy cyfrowej reedycji

„ja”, polegającej na zróżnicowanych formach eksplorowania i prezentowania elementów swojej codzienności sieciowym audytoriom (Stachura, 2014).

Dane publikowane online stanowią strumień zapośredniczonej, technologicznie udostępnianej innym aktywności. Są przy tym formą (auto)eksplorowania rzeczywistości. Nie tylko więc wymagają umiejętności radzenia sobie z różnymi formatami prezentacji „ja”, ale też zakładają konieczność nabywania pewnego poziomu refleksyjności w związku z podejmowaną za pośrednictwem nowych technologii aktywnością. Te rodzaje praktyk użytkownicy realizują z różną częstotliwością i natężeniem. Wszyscy jednak stoją przed koniecznością podejmowania decyzji, jakimi informacjami i w jaki sposób dzielić się z siecią publicznością.

Już sam ten fakt wymaga wykonania niematerialnej pracy emocjonalnej. Im silniejsze zaangażowanie użytkowników w podejmowanie tego typu praktyk, tym bardziej są oni zobowiązani do trenowania umiejętności utrzymywania swojego wizerunku online, jego odpowiedniego regulowania i – w zależności od potrzeb – także remodelowania. Jednocześnie jednostka ma do wykonania trudne zadanie balansowania między otwartością i autentycznością związaną z byciem w sieci a koniecznością prowadzenia monitoringu i kontroli procesów, w które angażowane jest „ja” (Marwick, 2013: 191–195). Cyfrowy status społeczny zależy w bezpośredni sposób od tego, co transmitujemy innym i w jaki sposób to robimy. Praktyki publikowania siebie konstytuują zapośredniczoną dziś przez nowe technologie podmiotowość i są bazowym elementem w procesie samozarządzania „ja”. Jest to zresztą naturalny element współczesnych społeczeństw, wymagających od obywateli dokonywania autokwantyfikacji i podejmowania szeregu technik samopoznania (Rose, 1996).

Te procesy znajdują wyraźne odzwierciedlenie w cyfrowych praktykach społecznych. W centrum życia społecznego zapośredniczonego przez nowe technologie nie znajdują się już względnie trwałe społeczności zainteresowań (niegdyś rozwijające się na przykład na forach internetowych), ale raczej efemeryczne sieci relacji (na przykład w powoływanych *ad hoc* grupach w serwisach społecznościowych). Na znaczeniu zyskało socjalizowanie się i przyjaźnienie, choć w centrum pozostają potrzeby i oczekiwania jednostek. W szczególności dla osób młodych ten rodzaj kontaktu komunikacyjnego jest naturalny, a próby ingerowania w jego przebieg czy ograniczania go są uznawane za niezrozumiałe. W świecie połączonym jednostki-użytkownicy (narzędzi, aplikacji, platform i technologii) uczą się, jak nawigować w niepewnej społecznie przestrzeni, w jaki sposób utrzymywać równowagę między tym, co publiczne, a tym, co prywatne, oraz jak radzić sobie ze świadomością bycia osobą widzianą, obserwowaną i podglądaną (boyd, 2014: 57–61).

Przeglądanie się tym procesom daje wgląd w specyfikę zróżnicowanych praktyk transmitowania i kontroli „ja”, a także sposobów zarządzania sieciowymi audytoriami. Obowiązuje model komunikacji wielu do wielu, choć z uwagi na uwarunkowania docierania do potencjalnych publiczności bardziej zasadne byłoby być może uznanie, że jest to model, w którym wielu komunikuje coś niewielkiej liczbie odbiorców. Jednym z problemów w tworzeniu i realizowaniu strategii streamowania aktywności online jest konieczność wyobrażania sobie audytoriów, a szczególnie planowania transmisji danych do strategicznie ważnych grup użytkowników. Znaczenie ma też konstruowanie przekazu z uwzględnieniem zróżnicowania publiczności – niezbędne może być na przykład czasowe wyłączanie czy zawieszanie postawy autentyczności kosztem ograniczania własnej widzialności czy dokonywania autocenzury.

Alice Marwick i danah boyd posługują się w tym kontekście pojęciem połączonej publiczności (*networked audience*) (Marwick, boyd, 2010)³. Nowa formuła audytorium jest publiczna i prywatna zarazem, zaś do użytkowników należy zadanie bieżącego rozszyfrowywania, kto jest odbiorcą transmitowanych online treści, monitorowania informacji zwrotnych i odpowiadania na nie, śledzenia treści publikowanych przez innych oraz dostosowywania przekazu do okoliczności. Napięcia wynikają przede wszystkim z konieczności utrzymywania równowagi między autoekspresją i otwartością a budowaniem „osobistej marki”, czyli czegoś, co wymaga powściągliwości i podlega nieustannej kontroli (Marwick, boyd, 2010).

Uwaga, z jaką użytkownicy konstruują sieciowe edycje „ja”, wynika w dużej mierze z logiki połączonych publiczności. Dane krążące w sieciach społecznościowych ulegają automatycznej archiwizacji, są łatwe do powielania i ponownego wyszukiwania oraz stają się łatwo widoczne dla licznych, w dużej mierze nieznanym nadawcom, grup odbiorców. To wszystko sprawia, że potrzeba szeregu starań, by odpowiednio przewidywać, jakie treści można bądź należy publikować i jakie wynikają z tego konsekwencje. Z uwagi na brak jasnych ram czasoprzestrzennych nowe technologie sprawiają, że rozpoznawanie społecznego kontekstu działań i interakcji jest znacznie trudniejsze niż w tradycyjnym środowisku niezapośredniczonym, niekiedy wręcz zupełnie te konteksty redefiniują (boyd, 2011: 46–50).

Zmianom ulega też relacja publiczne-prywatne. Ewolucja nowych technologii sprawia, że uczymy się, jak radzić sobie z systemowymi konsekwencjami zaburzenia tradycyjnych zasad zachowywania prywatności i próbujemy – chociaż z marnym skutkiem – odzyskać poczucie sprawstwa: nie tylko jeśli chodzi o transmitowanie osobistych treści online, ale także ich ochronę i zarządzanie archiwum „ja”. Oznacza to też konieczność przemyślenia zakresu „prawa do bycia zapomnianym”, którego znaczenie będzie zapewne rosło wraz z powszednieniem i intensyfikacją napięć wokół zarządzania prywatnością w świecie połączonym (Spinello, 2015). Nowe technologie przyczyniają się nie tylko do załamania tradycyjnych kontekstów społecznych czy redefinicji audytoriów. Sprawiają też, że zanika równowaga między zapamiętywaniem i zapominaniem. Naturalne staje się archiwizowanie informacji, wyjątkiem zaś jest ich nieodnotowywanie w cyfrowym repozytorium danych. Niesie to za sobą szereg konsekwencji, w tym znaczne osłabienie pozycji jednostek względem instytucji zainteresowanych pozyskiwaniem osobistych informacji (Mayer-Schönberger, 2009).

Sytuacji użytkowników w konfrontacji z nowymi kanałami komunikowania nie ułatwia ogólnie niski poziom refleksyjności na temat sposobów korzystania z nowych mediów. Z etnograficznych badań, jakie prowadziłem wśród młodych ludzi intensywnie korzystających z sieciowych mediów mobilnych w celach społecznych i towarzyskich (nastolatków i młodych dorosłych, którzy nie ukończyli trzydziestego roku życia), wynika, że poszukują oni przede wszystkim prostych interfejsów komunikacyjnych, a mimo to często oceniają swój poziom świadomości i wiedzy technologicznej bardzo nisko. Niekiedy wprost autoidentyfikują się jako cyfrowi analfabeci, pozbawieni chęci poddawania swojej aktywności online krytycznej refleksji. Nowe technologie są dla nich intuicyjnymi platformami budowania „ja”, jak w przypadku młodej matki z dużego miasta, która tłumaczy, dlaczego korzysta z popularnych

³ Brzmienie tego pojęcia w oryginale wskazuje zarówno na element łączenia, jak i usieciowienia, co w kontekście zakorzenienia aktywności online ma istotne znaczenie.

narzędzi społecznościowych: „No tak, żeby poinformować wszystkich, że z moimi dziećmi pierwszy raz wyruszyłam na wycieczkę. Nie wiem, jaki to ma sens nawet”.

Nierefleksyjne korzystanie z mediów w połączeniu z niskim poziomem cyfrowych kompetencji może skutkować pojawieniem się ograniczonego zaufania wobec nowych platform komunikowania się online. Częściej jednak w narracjach użytkowników dominuje akcentowanie gotowości do profesjonalizacji cyfrowego „ja” i prowadzenia działań mających wspierać budowanie osobistej marki. Dzieje się to przy jednoczesnym sprawowaniu kontroli nad transmitowanym przekazem, co ma zwiększać prawdopodobieństwo unikania niepewności w relacjach z audytoriami. Użytkownicy publikują treści, które są – z ich punktu widzenia – przydatne i wspierają ich ścieżki rozwoju: osobistego bądź zawodowego. Widać to wyraźnie na przykładzie strategii transmitowania treści, jaką przyjęła modelka mieszkająca w dużej aglomeracji miejskiej:

Tutaj na przykład specjalnie dałam posta, by zobaczyli to ludzie z mojej pracy, ale niby nie. To post dotyczący tego, że chciałabym zmienić fryzurę i po prostu chodziło tylko o to, żeby fryzjerzy wiedzieli o tym, że jestem chętna na jakieś pokazy fryzjerskie. I polubił to fryzjer, fryzjer i fryzjer. Czyli odniosło skutek.

Cyfrowe platformy społecznościowe są dla wielu użytkowników przestrzeniami performatywnymi: polami działań społecznych, w których odtwarza się „ja”, negocjowany jest wizerunek, współtworzone są wyobrażenia jednostek o sobie. W tym sensie praktyki transmitowania osobistych treści online mają potencjał emancypacyjny, który jednak pozostaje w znacznym stopniu niewykorzystany. Wokół osobistych manifestacji „ja” istnieje wiele społecznych napięć, a publikowanie treści przed połączonymi publicznościami przedstawia się (głównie w dyskursie publicystycznym) jako niepotrzebne czy wręcz szkodliwe, co zresztą – co ciekawe – milcząco akceptuje wielu użytkowników (Stachura, 2014).

Sieciowe platformy komunikacyjne określa się mianem bezwzględnych koncernów ery cyfrowej, walczących o to, byśmy wykonywali dla nich pracę za bezcen, angażowali się i byli hiperkreatywni, w zamian otrzymując głównie fałszywe wrażenie bycia mikrocelebrytami (Keen, 2015: 104–105). Starania użytkowników o pozyskiwanie nowych społecznych umiejętności, przydatnych w nawigowaniu po świecie wypełnionym nowymi technologiami, kontrolowane są przez przekonanie, że jest to zbędny trud, wykonywany w pogoni za przemijającą popularnością (Żywica, Danowski, 2008), skutkujący rozwinięciem postaw narcystycznych (Szpunar, 2016), a w określonych okolicznościach także uzależnieniem (LaRose, 2010).

Efekty uboczne i negatywne konsekwencje procesów transmitowania i zarządzania „ja” online nie znoszą jednak wagi, jaką użytkownicy przypisują dziś budowaniu cyfrowych wizerunków czy konstruowaniu tożsamości z wykorzystaniem nowych kanałów komunikacyjnych. W realiach cyfrowych na znaczeniu zyskują kompetencje w zakresie strategii współtworzenia sieci kontaktów z innymi, umiejętności stosowania się do społecznych zasad interakcji online czy zdolności budowania relacji z audytoriami. Użytkownicy sieciowych mediów mobilnych uczą się więc tego, jak wpisać „ja” w cyfrowy kontekst życia społecznego, ale też jak skutecznie wypełniać zobowiązania

związane z byciem z innymi. Dotyczy to między innymi celowego ekspozowania znaczących innych, upubliczniania bliskich relacji, konstruowania wspólnoty doświadczeń czy okazywania uznania.

Zdobywanie kompetencji rozumienia logiki świata cyfrowych działań i relacji społecznych nabiera coraz bardziej uniwersalnego znaczenia. Demokratyzacja dostępu do nowych technologii i zwiększone zainteresowanie używaniem platform społecznościowych sprawiły, że praktyki zarządzania „ja” i radzenia sobie w kontakcie z połączonymi publicznościami przestały być fanaberią technologicznej elity czy sposobem spędzania wolnego czasu przez nastolatków. Umiejętne odczytywanie reguł, jakie rządzą życiem społecznym w jego cyfrowym wydaniu, staje się elementem kapitału kulturowego jednostek i coraz silniej determinuje nie tylko reguły kontaktów z innymi, ale też pozycję w strukturze społecznej.

BIBLIOGRAFIA

- Batorski D. (2015). Technologie i media w domach i w życiu Polaków. *Diagnoza Społeczna 2015, Warunki i Jakość Życia Polaków – Raport*. „Contemporary Economics”, 9, (4), (373–395).
- Baym N.K. (2010). *Personal Connections in the Digital Age*. Malden.
- boyd d. (2011). Social Network Sites as Networked Publics. Affordances, Dynamics, and Implications, [w:] Papacharissi Z. (red.). *A Networked Self. Identity, Community, and Culture on Social Network Sites*. New York, London.
- boyd d. (2014). *It's complicated: the social lives of networked teens*. New Haven, London.
- Chua V. (2013). Contextualizing ‘networked individualism’: The interplay of social categories, role relationships and tasks. „Current Sociology”, (61), 5–6, (602–625).
- Drozdowski R. (2014). Nowe hierarchie?, [w:] Bachórz A., Ciechorska-Kulesza K., Czarnecki S., Grabowska M., Knera J., Michałowski L., Stachura K., Szultka S., Obracht-Prondzyński C., Zbieranek P., *Punkty styczne: między praktyką a kulturą (nie)uczestnictwa*. Gdańsk.
- Filiciak M., Mazurek P., Growiec K. (2013). *Korzystanie z mediów a podziały społeczne. Kompetencje medialne Polaków w ujęciu relacyjnym*. Warszawa, <http://ngoteka.pl/bitstream/handle/item/215/korzystanie%20z%20mediow%20a%20podziały%20spoleczne.pdf?sequence=3> (1.10.2016).
- Garde-Hansen J., Gorton K. (2013). *Emotion Online. Theorizing Affect on the Internet*. Basingstoke, New York.
- Gaver W. (1996). Affordances for Interaction: The Social Is Material for Design. „Ecological Psychology”, 8, (2), (111–129).
- Halawa M. (2013.) Poza technokratyczną wizję „społeczeństwa cyfrowego”, [w:] Filiciak M., Mazurek P., Growiec K. (2013). *Korzystanie z mediów a podziały społeczne. Kompetencje medialne Polaków w ujęciu relacyjnym*. Warszawa, <http://ngoteka.pl/bitstream/handle/item/215/korzystanie%20z%20mediow%20a%20podziały%20spoleczne.pdf?sequence=3> (1.10.2016).
- Hall J.A. (2016). When is social media use social interaction? Defining mediated social interaction. „New Media & Society” (w druku).
- Heidegger M. (2004). *Bycie i czas*. Warszawa.
- Jewdokimow M. (2012). Nowe koncepcje uczestnictwa w kulturze – od władzy symbolicznej do negocjacji i partycypacji. „Zoon Politikon”, 3, (83–94).
- Keen A. (2015). *The Internet Is Not the Answer*. London.

- Krajewski M. (2010). Stan czuwania, [w:] Filiciak M., Danielewicz M., Halawa M., Mazurek P., Nowotny A. (red.). *Młodzi i media. Nowe media a uczestnictwo w kulturze. Raport Centrum Badań nad Kulturą Popularną SWPS*. Warszawa, <http://bi.gazeta.pl/im/o/7594/m7594000.pdf> (1.10.2016).
- Krajewski M. (2013). W kierunku relacyjnej koncepcji uczestnictwa w kulturze. „Kultura i Społeczeństwo”, 1, (29–67).
- LaRose R. (2010). The Problem of Media Habits. „Communication Theory”, 2, (194–222).
- Lupton D. (2015). *Digital Sociology*. London, New York.
- Marwick A.E. (2013). *Status Update. Celebrity, Publicity, and Branding in the Social Media Age*. New Haven, London.
- Marwick A.E., boyd d. (2010). I tweet honestly, I tweet passionately: Twitter users, context collapse, and the imagined audience. „New Media & Society”, 13, (1), (114–133).
- Mayer-Schönberger V. (2009). *Delete. The Virtue of Forgetting in the Digital Age*. New Jersey.
- Meyrowitz J. (1985). *No Sense of Place: The Impact of Electronic Media on Social Behavior*. New York.
- Obracht-Prondzyński C., Stachura K., Jankowska M., Łubińska M., Kalinowska A., Przydatek U., Szulc J., Mordzon A., Smolińska K. (2015). *Warunki i jakość życia w województwie pomorskim. Raport porównawczy 2000–2015*. Materiał nieopublikowany.
- Prensky M. (2001). Digital natives, digital immigrants, „On the Horizon”, 9, (5), (1–6).
- Rainie L., Wellman B. (2012). *Networked: The New Social Operating System*. Cambridge.
- Rose N. (1996). *Inventing our selves. Psychology, power and personhood*. Cambridge.
- Rozkosz E.A., Siuda P., Stunża G., Dąbrowska A.J., Klimowicz M., Kulczykcki E., Muszyński D., Piotrowska R., Sienko M., Stachura K. (2014). Information and Media Literacy of Polish Children According to the Results of “Children of the Net” and “Children of the Net 2.0” Studies, [w:] Kurbanoglu S., Špiranec S., Grassian E., Mizrachi D., Catts R. (red.). *Information Literacy: Lifelong Learning and Digital Citizenship in the 21st Century: Second European Conference, Ecil 2014, Dubrovnik, Croatia, October 20–23, 2014. Proceedings*. Cham.
- Schwarz O. (2011). Who moved my conversation? Instant messaging, intertextuality and new regimes of intimacy and truth. „Media, Culture & Society”, 33, (1), (71–87).
- Selwyn N. (2004). Reconsidering political and popular understandings of the digital divide, „New Media & Society”, 6, (3), (341–362).
- Spinello R. (2015). The Right to Privacy in the Age of Digital Technology, [w:] Zeadally S., Badra M. (red.). *Privacy in a Digital, Networked World. Technologies, Implications and Solutions*. Cham.
- Stachura K. (2014). Nowe media i technologie tożsamości. Lifestreaming jako praktyka społeczno-kulturowa, „Toruńskie Studia Bibliologiczne”, 12, (1), (137–151).
- Szpunar M. (2016). *Kultura cyfrowego narcyzmu*. Kraków.
- Turkle S. (2011). *Alone Together. Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*. New York.
- van den Berg B. (2010). *The Situated Self: Identity in a world of Ambient Intelligence*. Nijmegen.

- Walther J.B., Carr C.T., Choi S.S. W., DeAndrea D.C., Kim J., Tong S.T., Van Der Heide B. (2011). Interaction of Interpersonal, Peer, and Media Influence Sources Online. A Research Agenda for Technology Convergence, [w:] Papacharissi Z. (red.). *A Networked Self. Identity, Community, and Culture on Social Network Sites*. New York, London.
- Zywica J., Danowski J. (2008). The Faces of Facebookers: Investigating Social Enhancement and Social Compensation Hypotheses; Predicting Facebook™ and Offline Popularity from Sociability and Self-Esteem, and Mapping the Meanings of Popularity with Semantic Networks. „Journal of Computer-Mediated Communication”, 14, (1-34).