

# Facecje na Facebooku - studium przypadku

Barbara Kulesza-Gulczyńska

## O „facecjach”

Portale społecznościowe, takie jak popularny Facebook, początkowo przeznaczone były przede wszystkim do odszukiwania znajomych za pośrednictwem sieci, utrzymywania z nimi kontaktu, a także do nawiązywania nowych znajomości. Pozwalają one podzielić się ze społecznością, składającą się z bliższych lub dalszych znajomych użytkownika, w czasie rzeczywistym, krótkimi wiadomościami, dotyczącymi zarówno wydarzeń o charakterze czysto prywatnym (lub wręcz intymnym), jak i przemyśleniami i opiniami dotyczącymi bieżących wydarzeń społeczno-politycznych, a także na wymianę (dzięki hiperłączom) interesujących treści. Leżąca u podstawy funkcjonowania tego typu mediów możliwość otrzymania błyskawicznej informacji zwrotnej (w przypadku Facebooka w postaci kliknięcia przycisku „Lubię to” [tzw. lajka] lub komentarza), zwięzłość i multimedialność przekazywanych treści oraz rosnąca popularność tego typu rozwiązań sprawiły, że z portali służących podtrzymywaniu więzi media społecznościowe przekształciły się w narzędzia wykorzystywane również w marketingu, upowszechnianiu idei, rywalizacji politycznej czy organizowaniu działań o charakterze społecznym. Portale te, w szczególności Twitter i Facebook, stały się również platformami dla różnego typu działalności artystycznej lub krytycznej, a także literackiej<sup>1</sup>.

Obecność literatury na Twitterze doczekała się już wielu krytycznych opracowań, szczególnie w piśmiennictwie anglojęzycznym<sup>2</sup> (portal ten w Polsce wydaje się ciągle mniej popularny od Fa-

<sup>1</sup> Problem funkcjonowania różnorodnych form literackich i paraliterackich w mediach społecznościowym to zagadnienie bardzo złożone, które w dodatku, ze względu na specyfikę medium, prawdopodobnie nigdy nie zostanie zbadane „w całości”. Powyższe rozważania nie mogą więc być uznane nawet za przyczynek do charakterystyki zjawiska w ogólności – stanowią wyłącznie próbę bardzo skrótowego naszkicowania kontekstu dla zjawiska, które zostanie omówione w dalszej części pracy.

<sup>2</sup> Por. np. M. Rudin, *From Hemingway to Twitterature: The Short and Shorter of It*, <<http://quod.lib.umich.edu/j/jep/3336451.0014.213?view=text;rgn=main>> dostęp 28.01.2016.

cebooka i odbierany jest jako służący przede wszystkim celom informacyjnym<sup>3</sup>). Ze względu na wymuszaną przez tę platformę zwięzłość wypowiedzi (poszczególne wpisy mogą mieć najwyżej 140 znaków), niektórzy badacze mówią nawet o nowym gatunku literackim – tak zwanej *twitteraturze*. *Twitterature* to zresztą nie jedynie określenie fenomenu obecności literatury w mediach społecznościowych, ale również tytuł wydanej przez amerykańskie wydawnictwo Penguin Readers publikacji, w której 60 dzieł literackich, należących do kanonu literatury światowej, zostało „przepisanych” na najwyżej 20 „tweetów”, po 140 znaków każdy. Nie tylko więc literatura obecna jest w nowych mediach – nowe media okazują się również „obecne” w literaturze, przez co zjawiska spleatają się ze sobą, pozwalając na powstanie interesujących form okołoliterackiej gry i zabawy.

Zasada konstrukcyjna treści publikowanych na szczególnie interesującym mnie fanpage'u<sup>4</sup> „Facecje”, działającym na Facebooku od końca listopada 2012 roku, wydaje się do pewnego stopnia przypominać strategię autorów wspomnianego już tomu *Twitterature*. Patryk Bryliński i Maciej Kaczyński, twórcy i administratorzy strony, stworzyli, jak sami piszą: „fejsbukowy profil, na którym zamieszcza[ją] rozmowy postaci historycznych i literackich, toczone się w bardzo współczesnych kontekstach. Siedemnastowieczni mistrzowie martwych natur dyskutują o instagramowych zdjęciach obiadów; pijany Romeo esemesuje do Julii spod balkonu o czwartej nad ranem; a (...) Mickiewicz oczywiście wyzłośliwia się nad Słowackim w internetowych komentarzach”<sup>5</sup>. Strona, działająca już od ponad 3 lat (to relatywnie dużo, jeśli weźmie się pod uwagę efemeryczność internetowych treści i obserwowany „potop informacyjny”, a także to, że mało popularne, rzadko odwiedzane i komentowane strony po prostu znikają z sieci), ma 49 890 fanów<sup>6</sup>. Najpopularniejsze wpisy ze strony mają nawet do pięciu tysięcy polubień i po kilkaset udostępnień<sup>7</sup>. Co ciekawe i symptomatyczne, twórcy „Facecji” nie ograniczają swojej działalności wyłącznie do tego profilu ani do Facebooka jako takiego. Bryliński i Kaczyński prowadzą także blog (*Zmemłani*<sup>8</sup>) oraz inny fanpage – *Antkowi znów nie wyszło*<sup>9</sup>. Same „Facecje” mają także swój kanał na platformie Youtube<sup>10</sup>, a także... posłużyły jako podstawa do publikacji drukowanej – *Facecje. #HistoriaCochemŻycia*<sup>11</sup>. Dostęp do wszystkich tych mediów można uzyskać bezpośrednio po odwiedzeniu profilu „Facecji” – linki do nich odnaleźć można w zakładce

<sup>3</sup> Por. <<http://www.gemius.pl/reklamodawcy-aktualnosci/media-spolecznościowe-jako-kanaly-komunikacji-charakterystyka-uzytkownikow.html>> dostęp 28.01.2016.

<sup>4</sup> *Fanpage*, w odróżnieniu od profilu prywatnego na portalu Facebook, jest stroną promującą np. markę, ideę, pogląd etc.

<sup>5</sup> P. Bryliński, M. Kaczyński, *Facecje. #HistoriaCochemŻycia*, Kraków 2015, s. 12.

<sup>6</sup> Stan na 28.01.2016 r. Dla porównania, zbliżone nieco specyfiką, działające jednak krócej, bo od sierpnia 2014, *Nowe wiersze sławnych poetów* (<<https://www.facebook.com/Nowe-wiersze-s%C5%82awnych-poet%C3%B3w-1537027053184427/?fref=ts>>) mają nieco ponad 25 tysięcy fanów, podczas gdy *Sztuczne Fiołki* (<<https://www.facebook.com/SztuczneFiolki/?fref=ts>>) – które również powstały około 5 lat temu – już niemal 150 tysięcy. Porównanie to ma jednak charakter wyłącznie poglądowy. Każda ze wspomnianych stron – bliskich sobie ze względu na erudycyjność, tworzenie kolaży, łączących dzieła klasyczne z bieżącymi wydarzeniami i zjawiskami kulturowymi – ma swoją specyfikę, a tym samym trafia do nieco innej grupy odbiorców.

<sup>7</sup> Udostępnienie treści na Facebooku powoduje, że pojawia się ona na tzw. tablicy (lub, z ang. *wallu*) osoby udostępniającej, tak jak inne publikowane przez nią treści. W większym stopniu niż „lajk” traktowane jest to w społeczności jako przyjęcie danej treści jako „swojej”.

<sup>8</sup> <<http://zmemlani.pl/>> dostęp: 16.03.2016.

<sup>9</sup> <<https://www.facebook.com/Antkowi-znowu-nie-wysz%C5%82o-111292382357281/>> dostęp: 16.03.2016 – fanpage jest mniej popularny niż *Facecje* (ponad 13 tysięcy polubień), publikowane na nim treści mają charakter swego rodzaju satyry na zjawisko tzw. *hipsterstwa*, wyśmiewanego, zgodnie z „regułami” nowego medium, przede wszystkim poprzez charakterystyczne memy.

<sup>10</sup> <<https://www.youtube.com/facecje>> dostęp: 16.03.2016.

<sup>11</sup> P. Bryliński, M. Kaczyński, *Facecje...*

*Informacje.* Ze względu na ograniczenia objętościowe i niemożliwe właściwie do całościowego rozpoznania sieci powiązań, tworzące się, gdy próbuje się zgłębić którąkolwiek ze stworzonych przez autorów platform komunikacji, w tym artykule ograniczę się wyłącznie do analizy niektórych aspektów fenomenu *Facecji* i to wyłącznie do tych, które zamieszczone zostały na portalu Facebook, jedynie miejscami odwołując się do ich formy drukowanej (samo zjawisko „przenoszenia” form literackich lub paraliterackich na karty „kodeksów” jest fenomenem, zasługującym na szczegółowe omówienie, ze względu na wielość i złożoność zmian, jakie w tym przypadku powoduje zmiana interfejsu). Warto jednak zaznaczyć, że twórcy związani przede wszystkim z nowymi mediami bardzo często obecni są w różnych internetowych środowiskach (podobną strategię przyjął na przykład autor *Nowych wierszy sławnych poetów*, Grzegorz Uzdanski, który swoją twórczość rozpowszechnia także na Youtube oraz w tradycyjnych mediach [utwory czytane w programie TVN *Szkoło kontaktowe*]), co pozwala im na osiągnięcie większej popularności, a także na działalność multimedialną o bardzo różnorodnym charakterze.

Internetowe *Facecje* Brylińskiego i Kaczyńskiego to zjawisko bardzo interesujące chociażby pod względem formalnym. Publikowane przez nich treści mają charakter multimedialnego kolażu, równocześnie zdradzając „piętrowo” metatekstualny i metamedialny charakter. Słowo-obrazowe utwory, które prezentują, przyjmują formę tak zwanych zrzutów ekranu (utrwalonego widoku ekranu komputera), z utrwalonymi „rozmowami” SMS-owymi lub, częściej, interakcjami na portalu Facebook. Tego typu treści, zarówno stanowiące zapis prawdziwych zjawisk komunikacyjnych, jak i spreparowane, dla celów humorystycznych, bardzo często rozpowszechniane są w internecie za pośrednictwem *vanity sites*<sup>12</sup> i mediów społecznościowych. W przypadku *Facecji* „nieprawdziwość” czy „sztuczność” tych „rozmów” jest oczywista i stanowi istotny element gry, będący w wielu przypadkach podstawowym źródłem ich humorystyczności. Jak wynika z przywoływanej przeze mnie wcześniej autocharakterystyki, działania Autorów *Facecji* to swojego rodzaju fantazja na temat tego, jak wydarzenia historyczne lub literackie i uczestniczące w nich osoby mogłyby wyglądać po ich przełożeniu na język mediów społecznościowych. Mamy więc do czynienia na przykład z Maryją, powiadamiającą społeczność o narodzeniu Jezusa za pomocą oferowanej przez Facebook funkcji ogłaszania ważnych wydarzeń z życia<sup>13</sup>, z wykorzystaniem funkcjonalności facebookowej ankiety do wyboru najpiękniejszej z greckich bogiń<sup>14</sup>, Filippidesem korzystającym z aplikacji Endomondo<sup>15</sup> lub z Polską, która, z okazji święta odzyskania niepodległości zmienia „status związku” z „to skomplikowane” na „wolna”<sup>16</sup>. Ta specyficzna formuła opowiadania na nowo historii, która fragmenty narracji niejako zastępuje znakami doskonale znanymi współczesnym użytkownikom internetu, ma przede wszystkim spełniać funkcję ludyczną. Pozwala nawet na odwołanie

<sup>12</sup> Określenie stosowane przez Magdalenę Kamińską (*Nieczne memy. Dwanaście wykładów o kulturze internetu*, Poznań 2011, s. 65) do nazwania internetowych platform, których głównym i jedynym celem jest dostarczenie użytkownikom rozrywki, płynącej z zapoznawania się z seriami humorystycznych obrazków czy, częściej, „internetowych memów”.

<sup>13</sup> <<https://www.facebook.com/Facacje/photos/pb.298816166891398.-2207520000.1454021298./313850278721320/?type=3&theater>> dostęp 27.01.2016.

<sup>14</sup> <<https://www.facebook.com/Facacje/photos/pb.298816166891398.-2207520000.1454021298./340103172762697/?type=3&theater>> dostęp 27.01.2016.

<sup>15</sup> <<https://www.facebook.com/Facacje/photos/pb.298816166891398.-2207520000.1454021298./373785972727750/?type=3&theater>> dostęp 27.01.2016.

<sup>16</sup> <<https://www.facebook.com/Facacje/photos/pb.298816166891398.-2207520000.1454021298./299874933452188/?type=3&theater>> dostęp 27.01.2016.

się do klasycznej definicji komizmu jako zestawienia dwóch odległych od siebie lub nieprzystających porządków. Osiągnięty efekt zaskoczenia wzmocniony jest dodatkowo przez to, że autorzy *Facecji* zarówno w przestrzeni historii i historii literatury, jak i w przestrzeni internetu i nowych mediów poruszają się bardzo sprawnie, budując przekazy, które interpretować można na wielu płaszczyznach, w zależności od zasobu wiedzy lub woli jej poszerzenia.

Omawiając formę *Facecji*, nie sposób nie odwołać się również do samej nazwy strony, będącej równocześnie grą językową i świadomą grą z konwencją gatunkową. Pierwszy człon nazwy – *face* jest oczywiście tożsamy z pierwszym członem nazwy portalu Facebook, co wskazuje na mocne osadzenie tej formy twórczości w nowym medium, zarówno w zakresie dystrybucji, jak i tworzywa oraz istotnego tematu. Niemożliwe do przeoczenia jest jednak również przewrotne, choć bezpośrednie, nawiązanie do tradycyjnej formy gatunkowej – facecji. To źródło nazwy przywołują sami autorzy na jednej z pierwszych stron swojej książki, podając definicję słowa za *Słownikiem języka polskiego PWN*. Grę z formą gatunkową prowadzą więc w dużym stopniu świadomie, na poziomie nazewniczym, zderzając niejako to, co nowe ([pozorna, z perspektywy etymologicznej] zbieżność z nazwą **Facebook**), z tym, co dawne i tradycyjne (pełna zbieżność z tradycyjną nazwą gatunkową) i tym samym zapowiadając niejako specyfikę strony, ale nie tylko. Definiując zasady tworzenia facecji, Łukasz Górnicki, którego wywody obszernie przywołuje autor hasła facecja w *Słowniku rodzajów i gatunków literackich*<sup>17</sup>, „istotę komizmu wydaje się upatrywać w zaskoczeniu, płynącym z ujawniania «składności» rzeczy pozornie «nieskładnych»”. Co więcej, facecja pierwotnie należała do form ustnych, będąc po prostu rodzajem przekazywanej w towarzystwie anegdoty o zabawnej puencie. Stanowiła istotny element życia towarzyskiego, a sztuka opowiadania facecji należała do umiejętności pożądaných. Brak związku tej tradycyjnej formy z „wynałazkiem” Brylińskiego i Kaczyńskiego, czy jedynie luźny związek poprzez intencję satyryczno-komiczną, jest wyłącznie pozorny. Zdolność opowiedzenia zajmującej, zabawnej historii, która nie tylko zaskarbi sobie bieżącą uwagę słuchaczy, ale również okaże się wystarczająco ciekawa, by mogła zostać powtórzona, przekazana i odtworzona, była historycznie, szczególnie w czasach rozkwitu kultury dworskiej, bardzo istotna. Podobnie współcześnie – tworzenie nowych treści, znaczących z perspektywy społeczności użytkowników mediów społecznościowych, pozwalających na stworzenie wokół siebie grupy fanów czy wiernych czytelników, którzy nie tylko wyrażą swoją aprobatę, ale również przekażą treść dalej, korzystając z funkcji „Udostępnij” lub oznaczając w komentarzach imiona i nazwiska znajomych, którym chcieliby ją polecić, może być uznawane za równie towarzysko istotne. Zdolność zbudowania humorystycznego, przykuwającego uwagę komunikatu jest niezbędna do zaistnienia w internecie. Jak zauważa Anna Wileczek:

Humor jest w komunikacji młodych użytkowników jednym z najistotniejszych elementów. Wraz z funkcją fatyczną komunikatów uczestniczy w nawiązywaniu ahierarchicznej (bo ludycznej) wspólnoty, intensyfikując i to, co ludzkie, i to, co społeczne. Daje dostęp do świata ekscytacji, przyjemności i znaczenia, gdzie odbywa się nieustająca kreacja, a raczej miksowanie słów, symboli i obrazów<sup>18</sup>.

<sup>17</sup>*Słownik rodzajów i gatunków literackich*, red. G. Gazda, S. Tynecka-Makowska, Kraków 2006.

<sup>18</sup>A. Wileczek, *Mowa pisana. Pismo mówione... O „konwergencji” (internetowej) młodomowy*, [w:] *Problemy konwergencji mediów*, T. 1, red. M. Kaczmarczyk, D. Rott, Sosnowiec–Praga 2013, s. 173.

Ponadto dawne facecje stanowiły również ważne tworzywo tekstów sylwicznych, do których, według niektórych badaczy<sup>19</sup>, do pewnego stopnia zbliżone stają się tablice użytkowników portali społecznościowych, stające się skarbnicami cytatów i treści wszelakich.

Intencja ludyczna i rozrywkowa, którą sami Autorzy *Facecji* wskazują we wstępie jako decydującą („Dlaczego i po co? Przede wszystkim dla frajdy układania tych historyjek, które dzięki występującym w nich postaciom mogą nabierać wielu rozmaitych znaczeń i odcieni<sup>20</sup>...”), nie jest jednak jedyna. Przywołana wcześniej wypowiedź ma bowiem swój dalszy ciąg: „...Oraz dla przyjemności ożywania swoich idoli i wprowadzania ich w nowy, dziwny [dla nas też!] świat, w którym wszystko dzieje się tak szybko i tak chaotycznie”<sup>21</sup>. Wyraźnie widać tu więc intencję metakulturową czy metamedialną – próbę oswojenia „nowego, dziwnego” świata i opowiedzenia o nim czegoś, poprzez zaskakujące zestawienia, uwypuklające nie tylko pewne aspekty zdarzeń z przeszłości, ale także, a może nawet przede wszystkim, istotne cechy nowego medium, będącego tu, jak już wspomniałam, nie tylko przekaznikiem, ale i tworzywem i tematem sztuki. Twórcy strony dostrzegają również przemiany w zakresie funkcjonowania mediów społecznościowych i internetu w ogólności. Jak podkreśla Kaczyński w wywiadzie dla portalu naTemat:

zmienił się stosunek ludzi do treści w internecie. Siedząc w nim każdego dnia, wszyscy mamy już dosyć chłamu i łatwizny, szukamy rzeczy ciekawych i inteligentnych. I jest ich coraz więcej. Ja sam parę lat temu myślałem, że internet jest słaby, bo jest internetem. Cóż – byłem w błędzie<sup>22</sup>.

Wypowiedź tę można potraktować jako do pewnego stopnia autoironiczną, nie da się jednak ukryć, że do „rozszyfrowania” i „zinterpretowania” *Facecji* niezbędne są kompetencje, które, mogłoby się wydawać, stereotypowo rzadko idą ze sobą w parze. Z jednej strony bowiem poszczególne *Facecje*<sup>23</sup> wymagają rzetelnej historycznej czy historycznoliterackiej wiedzy (którą nie zawsze da się łatwo zdobyć, korzystając z internetowych źródeł), z drugiej – humor i komizm tych form wynikają przede wszystkim z wykorzystania w nich narzędzi nowomediów, co, by rzeczywiście mogło wywrzeć spodziewany efekt „dopełnienia” pewnych treści czy „zderzenia” innych, wymaga swobodnego rozpoznawania konwencji komunikacyjnych obowiązujących na Facebooku (nie tylko mechanizmów działania „lajków”, ale także „hashtagów”, wiadomości o ważnych wydarzeniach, ankiet i innych). Mieszające się w estetyce postmodernistycznej wymieszania, kolaże, działania zmierzające do przenikania się rejestrów i zatarcia granic między nimi, pozostają tu wciąż, mimo popularnego medium dystrybucji, materiałem do pewnego stopnia elitarnym, poprzez swoją wielopiętrową niekiedy intertekstualność, intermedialność i potencjał metakulturowy, stanowiąc interesujący przedmiot interpretacji nie tylko dla badaczy nowych mediów, ale i dla literaturoznawców.

<sup>19</sup>Zob. M. Kaźmierczak, *Użytkownik, nadawca i odbiorca w Web 2.0. Uwagi o różnych sposobach odnoszenia się do literatury w serwisie Twitter*, „Teksty Drugie” 2012, nr 6, s. 277 i n.

<sup>20</sup><<http://natemat.pl/39201,zmeglani-tworcy-jbm-antkowi-znowu-nie-wyszlo-i-facecje-o-polsce-mozna-cos-powiedziec-na-luzie-i-z-usmiechem>> dostęp 27.01.2016.

<sup>21</sup>Tamże.

<sup>22</sup>Tamże.

<sup>23</sup>Używam nazwy, którą swoim utworom nadali sami Autorzy, zapisując ją wielką literą, ponieważ formę tę trudno jednoznacznie sklasyfikować rodzajowo, gatunkowo czy nawet pod względem przynależności do konkretnej dziedziny sztuki. Terminem do pewnego stopnia im najbliższym jest *collage* obrazowo-tekstowy, jednak i taka nazwa nie pozwala na oddanie w pełni skomplikowanych relacji intertekstualnych i intermedialnych zachodzących w poszczególnych *Facecjach*.

Ze względu na ograniczenia objętościowe zdecydowałam się zilustrować fenomen *Facecji*, dokonując próby odczytania jednego z opublikowanych stosunkowo niedawno (30.10.2015) utworów Brylińskiego i Kaczyńskiego, o tyle, jak mi się wydaje, istotny, że nie tylko realizuje w pełni scharakteryzowaną wcześniej „poetykę” *Facecji*, ale również podejmuje krytyczny i odważny, choć humorystyczny, dialog z polską narodową mitologią.

### Krypty na Wawelu (grupa zamknięta)

Jednym z najbardziej charakterystycznych elementów opisanej przeze mnie już wcześniej formuły *Facecji* jest wywołujące efekt zaskoczenia czy rozbawienia zderzenie porządków – klasyczni bohaterowie literaccy (nie chodzi tu jednak wyłącznie o bohaterów tekstów kultury, które, przy założeniu adekwatności takiego podziału, można by zaliczyć do literatury wysokiej „bohaterami” *Facecji* były już także postaci z *Gry o tron* Geорга R.R. Martina oraz kultowych *Gwiezdnych wojen* George’a Lucasa) lub najważniejsze postaci historyczne wypowiedają się w formie typowej dla internetowych dyskusji w mediach społecznościowych. Efekt zaskoczenia bywa tym większy, im bardziej dany bohater identyfikowany jest ze stylem „wysokim”. Strategia ta odpowiada ogólnej strategii humoru internetowego, którą, na podstawie przeprowadzonych przez siebie obserwacji, wnikliwie opisał Limor Shifman<sup>24</sup>: „Internet humor is based on visual collages of incongruous elements. The use of collage technique is self conscious, as if the creators want to ensure that «the process of ‘cut and paste’» underlying the joke remains evident” („Humor w internecie oparty jest na wizualnych kolażach niezgodnych ze sobą elementów. Wykorzystanie techniki kolażu jest samoświadome, tak jakby twórca chciał upewnić się, że proces wycinania i wklejania, będący podstawą żartu, pozostał czytelny” [tłumaczenie moje – B.K.G.]). Szczególnie lubianymi w tym kontekście postaciami występującymi w *Facecjach* są polscy pisarze, ze szczególnym uwzględnieniem wieszczów i twórców doby romantyzmu. Bryliński i Kaczyński z upodobaniem nawiązują na przykład do znanego sporu między Adamem Mickiewiczem i Juliuszem Słowackim. Jedna z pierwszych opublikowanych na Facebooku *Facecji* była na przykład próbą przeniesienia w realia internetowe nie tylko publikacji *Pana Tadeusza*, ale i dyskusji dotyczącej tego dzieła (która, w wersji „nowoczesnej” zakończyła się komentarzem Słowackiego: „Koleżko, idź być wieszczem gdzie indziej” – nawiązującym wprost do popularnej serii krążących w internecie memów typu: „Idź być grubym gdzie indziej”<sup>25</sup>).

W kolażu, któremu chciałam przyjrzeć się bliżej, dyskutantami są członkowie „grupy zamkniętej” – „Krypty na Wawelu”. Już tutaj uwidacznia się specyficzny typ humoru i gry, wykorzystywany przez autorów *Facecji* w niemal każdym wpisie. Grupy na Facebooku to miejsca, w których osoby podzielające pewne zainteresowania lub mające jakąś cechę wspólną (np. grupa Poznańskie Mamy czy grupa Przeczytam 52 książki w 2016 roku) mogą wymieniać uwagi i opinie na dany temat, poszukać pomocy wśród osób o podobnych problemach lub po prostu nawiązać

<sup>24</sup>L. Shifman, *Humor in the Age of Digital Reproduction*, „International Journal of Communication” 2007, nr 1. Jest to artykuł stosunkowo stary, jeśli brać pod uwagę specyfikę przedmiotu badań, wydaje się jednak, że niezależnie od zmian w zasięgu i popularności platform zbadanych przez Shifmana, pewne ogólne konkluzje mogą wciąż być prawdziwe i stanowić interesującą podstawę dalszych badań.

<sup>25</sup>W procesie typowym dla rozwoju internetowych memów, który wnikliwie opisała Anna Gumkowska w tekście *Mem – nowa forma gatunkowo-komunikacyjna w sieci* („Teksty Drugie” 2015, nr 6), mem ten był wielokrotnie przekształcany, tak że niepożądana cecha nadmiernej tuszy zastępowana była innymi, w danym kontekście negatywnie waloryzowanymi cechami, np. „Idź być lewakiem gdzie indziej” lub „Idź padać gdzie indziej”. Temu „memowi” towarzyszy także czasami charakterystyczny obrazek.

nowe znajomości. Powszechną praktyką jest tworzenie facebookowych grup np. dla poszczególnych kręgów studenckich, klas czy osób danej profesji. Takie zespoły często mają charakter „grup zamkniętych”, czyli takich, do których dołączyć można wyłącznie po akceptacji prośby o dołączenie przez administratora. Autorzy *Facecji* wykorzystują więc to dla użytkowników Facebooka łatwo rozpoznawalne zjawisko (zachowując, co bardzo istotne, charakterystyczną formę interfejsu i układ graficzny strony, co nie tylko potęguje wrażenie „pozornej autentyczności”, ale również pozwala na jednoznaczne umiejscowienie dyskusji w konkretnym kontekście), opowiadając o wydarzeniu zupełnie innego porządku – sprowadzeniu prochów Słowackiego do krypt wawelskich. Nie jest to oczywiście jedyne wykorzystanie formuł charakterystycznych dla facebookowego interfejsu i sposobu komunikacji. Kamińska, pisząc o języku w sieci, przywołuje ustalenia Jana Grzeni, autora *Komunikacji językowej w internecie*, dotyczące jego najbardziej charakterystycznych składowych. W analizowanej *Facecji* nietrudno odnaleźć wiele elementów wskazujących na rodzaj stylizacji komunikatu uczestników dyskusji na język internetowy. Nie chodzi tu jedynie o zabieg formalny, polegający na nadaniu jej wywołującej konkretne skojarzenia formy wizualnej. Obserwujemy tu na przykład, wskazywane przez Kamińską za Grzenią „pisemne oznaczanie reakcji niewerbalnych” – „hłehłeh”, „haha”, użycie emotikonów i ikon (nie tylko najbardziej rozpoznawalnych, ale też tych o trudniejszym do rozszyfrowania znaczeniu typu „xD”), których „moc” zwielokrotniona zostaje poprzez powtórzenie znaku (np. „xDDD” zamiast „xD”), a także „formy hybrydowe łączące tekst i grafikę, takie jak sygnatury, awatary, adresy elektroniczne czy nicki”<sup>26</sup>. Każdy z uczestników dyskusji posługuje się (co typowe dla Facebooka) nie tylko imieniem i nazwiskiem, ale także zdjęciem profilowym (co ciekawe, Autorzy *Facecji*, poszukując „zdjęć profilowych” swoich bohaterów, czerpią ze źródeł klasycznych, wykorzystując znane i rozpoznawalne portrety, można to interpretować nie tylko jako rodzaj ułatwienia interpretacji, ale także jako swoistą metatekstualność czy raczej „metamedialność” – zdjęcie profilowe jest w końcu tym, które uznajemy za w jakiś sposób najbardziej dla nas reprezentatywne, będące wizytówką czy fundamentem budowania tożsamości – a przecież większość postaci historycznych „rozpoznajemy” właśnie na podstawie ich najbardziej znanych i spopularyzowanych portretów. Bohaterowie wykorzystują również hashtagi – opatrzone znakiem # nazwy kategorii, które, w założeniu, mają ułatwiać selekcję treści w danym medium, będące, również w codziennej praktyce, przedmiotem wielu gier i użyć o charakterze satyrycznym (klikając w hashtag #media, którym opatrzony jest jeden post, użytkownik uzyskuje dostęp do wszystkich postów z takim samym hashtagiem, podejmowane przez użytkowników gry polegają przede wszystkim na tworzeniu bardzo skomplikowanych i złożonych hashtagów, które, oczywiście, nie służą kategoryzacji, a raczej podkreśleniu, że dany post jest właśnie oryginalny i jedyny w swoim rodzaju), swobodnie podchodzą do reguł interpunkcyjnych (charakterystyczny dla szybkiej komunikacji internetowej brak kropek i wielkich liter), a także posługują się językiem pozornie bardzo nieformalnym: „Mordeczki, no totalnie pogniłbym z Wami...”.

Komunikaty są pozornie niedbałe, ponieważ bardzo wiele z nich opiera się na grach językowych, nawiązujących do przedstawionej sytuacji. Już samo wykorzystanie frazy „grupa zamknięta” może odnosić się do zamkniętej przecież przestrzeni krypty, do której (tak do grupy, jak i do krypty) dostać się mogą wyłącznie niektórzy. Propozycja „rozzuszenia tej grobowej

<sup>26</sup>M. Kamińska, *Niečne memy...*, s. 46.

atmosfery” czy „partyjki w kości”, fraza „GLEBA FRAJERZE<sup>27</sup>”, „kryptoreklama” czy zachęta „rozłóż się wygodnie” to oczywiste językowe nawiązania do spraw ostatecznych, a ściślej – śmierci, umierania i rozkładu. Warto jednak zwrócić uwagę nie tylko na żarty opierające się na bardzo rozpowszechnionym w kulturze zabiegu osławiania przez śmiech kulturowych tabu, zrozumiałe dla większości czytelników, ale także na bardziej skomplikowane, intertekstualne gry i nawiązania literackie i okołoliterackie. Członkiem „grupy zamkniętej” jest na przykład nie Cyprian Kamil Norwid, a „Ziemia z grobu Norwida”. Wynika to z faktu, że w kryptach wawelskich rzeczywiście nie spoczywa wieszcz (pochowany w zbiorowej mogile w Paryżu), a urna z ziemią zebraną ze zbiorowego grobu. Co jeszcze bardziej interesujące – jeden z czytelników *Facecji*, aktywny zresztą na Facebooku pisarz Jacek Dehnel, wytknął tu w komentarzu autorom pewną historyczną nieścisłość: „Ej, lubię facecje (...), ale lubię też, jak pod zgrywą jest historyczna akuratność. Julek dołącza do grupy zamkniętej w 1927, kiedy ziemia z grobu Norwida może sobie dopiero o tym pomarzyć<sup>28</sup>. Ręczona „ziemia”, w swoim komentarzu, nawiązując do jednego z najbardziej znanych wierszy poety, rzuca „kolega nam tu padnie jak fortepian Chopina”, a sam Fryderyk Chopin „sercem jest w Warszawie” (w związku z miejscem pochówku serca kompozytora). Opatruje on zresztą swój wpis hashtagiem #Suchot, który również stanowi językowo-kulturową grę – połączenie wyrazu „suchar” – slangowe określenie kiepskiego żartu i archaicznego określenia gruźlicy („suchoty”). Warto zwrócić zresztą uwagę, że język bohaterów *Facecji* nie jest właściwie archaizowany (a zabieg wprowadzania do internetowego humoru wyrazów uznawanych za przynależące do stylu wysokiego lub archaiczne jest bardzo często spotykany, np. w memach z cyklu „Zaiste, zacny suchar, milordzie”) – wydaje się więc, że przedmiotem specyficznego pastiszu czy parodii nie są tutaj osoby pisarzy czy innych osób pochowanych w krypcie na Wawelu, a raczej specyficzny styl komunikacji w ramach mediów społecznościowych.

Symptomatyczny jest także ostatni komentarz, którego „autorem” jest Jan III Sobieski: „Witaj w gronie znanych martwych! Rozłóż się wygodnie i patrz, co będą ci na górze robić z Twoim wizerunkiem i kto Cię będzie brał na sztandary. Przekręcisz się ze śmiechu xDDD”. Komentarz kończy się emotikonem oznaczającym ogromne rozbawienie, jednak wydaje się, że komentarz ten ma także poważniejszy wydźwięk. W kontekście nierzadkich kontrowersji dotyczących miejsc pochówku znanych Polaków i tego, kto uznawany jest za „godnego” lub „niegodnego” dołączenia do wawelskiej „grupy zamkniętej”, można uznać to za komentarz o charakterze satyrycznej krytyki społecznej. Jak zauważają w wywiadzie dla „naTemat” sami twórcy: „...ludzie mają już trochę dosyć takich [słabych] dowcipów i chcą trochę więcej. Dowcipu na poziomie, który czasem powie jeszcze coś mądrego między wierszami (...) o Polsce albo Mickiewiczowi można coś powiedzieć na luzie i z uśmiechem”. Nie są więc *Facecje* stroną wyłącznie satyryczną – chcą także „powiedzieć coś o Polsce” i komentować nie tylko wydarzenia z przeszłości, równocześnie demaskując techniki komunikacyjne wykorzystywane w nowych

<sup>27</sup>Obrazująca równocześnie wspomniane również przez Grzenię użycie wersalików w funkcji krzyku (patrz M. Kamińska, *Niećne memy...*, s. 46).

<sup>28</sup><<https://www.facebook.com/Facecje/photos/a.298817113557970.58639.298816166891398/753031404803203/?type=3&theater>> dostęp: 16.03.2016. Autorzy *Facecji* przyznają w odpowiedzi: „Jedyna rzecz, której nie byliśmy pewni, ale z braku czasu nie sprawdziliśmy. Pozostaje nam spuścić głowy i przyznać się do błędu. W ramach pokuty weekend spędzimy nad książkami zamiast na dyskotekach”. Co ciekawe, jedna z komentujących, rozwijając wątek, nawiązuje do gry prowadzonej przez Autorów w samym utworze, pisząc: „Tę naukę zapamiętaj aż po grób!”.

mediach, poprzez skorzystanie z nich do parodystycznej twórczości, ale także reagować na bieżące wydarzenia i wplatać w swoje prace bardziej lub mniej czytelne aluzje do nich, czyniąc z *Facecji* wielopoziomowe, słowno-obrazowo-interfejsowe kolaże, które podlegać mogą bardzo wielu różnym odczytaniom.

Interpretacja *Facecji* wymaga więc nie tylko kompetencji w zakresie umiejętności odczytania gry językowej czy intertekstualnej (bez których utrudnione byłoby zrozumienie większej części dowcipów), ale także zdolności rozpoznania konwencji komunikacyjnych obowiązujących na Facebooku (jako elementu szeroko rozumianej „cyberpiśmienności” – „kompetencji komunikacyjnej typu elektronicznego”<sup>29</sup>) i orientacji w bieżącej sytuacji społeczno-politycznej. W ten sposób grupa bezpośrednich odbiorców tego typu tekstów, których bawić będą podobne obrazy, jest do pewnego stopnia zawężona. Jest to humor adresowany przede wszystkim do osób młodych, ale i wykształconych, dla których oba porządki nie są obce, a ich połączenie wywołuje raczej rozbawienie lub refleksję niż konfuzję i oburzenie. Do akceptacji i popularności tego typu działań twórczych w dużym stopniu przyczyniła się z jednej strony Lessingowska kultura remiksu<sup>30</sup>, mająca swoje źródło nie tylko w nowych mediach jako takich, ale także poniekąd związana z myślą i nastrojami postmodernistycznymi. Z drugiej strony istotną okazuje się tu także faza rozwoju mediów społecznościowych, które, nie będąc już fascynującą nowością, wywołują także nastroje zniecierpliwienia, poczucie przesytu informacyjnego i ciągłego powtarzania się niektórych treści. Z tego względu, jak podkreśla Wileczek:

...pierwszeństwo daje się realizacjom emocjonalnym, kreatywnym (...). W związku z tym korzysta się ze strategii, które formy pisane mają „odksiężkować”, uczynić kodem współuczestnictwa, a więc relacji (...). Inne rejestry językowe (np. styl artystyczny) lub języki traktuje się jako zasoby środków do dowolnych kreacji językowych<sup>31</sup>.

Chodzi o stworzenie czegoś nowego, kreatywnego, być może nieco bardziej wymagającego, ale tym samym przyciągającego uwagę. Poetyka swobodnej, nieograniczonej gry konwencjami, elementami, wzorami i figurami wydaje się dawać w pewnym sensie nieograniczone możliwości, a oparte na klasycznym rozumieniu humoru zaskakujące puenty i zestawienia sprawiają, że *Facecje* wydają się zjawiskiem pod wieloma względami bardzo interesującym.

Obecność literatury na Facebooku, choćby w formie elementu intertekstualnej i intermedialnej gry, jest fenomenem istotnym i domagającym się dostrzeżenia i dokładniejszego zbadania. Jak słusznie zauważył Kaźmierczak, poprzez wejście w przestrzeń mediów społecznościowych, literatura staje się „treścią doświadczenia potocznego” – obrazy tworzone przez autorów *Facecji*, kolaże twórców *Sztucznych Fiołków* czy *Nowe wiersze sławnych poetów*, pojawiają się na tablicach użytkowników Facebooka obok treści o charakterze czysto prywatnym (osobistych zdjęć czy wiadomości o udanych związkach lub niezdanych egzaminach), informacyjnym, użytkowym, służących wyłącznie rozrywce memów i zabawnych filmów, komunikatów marketingowych i innych. Nie tylko więc pojedyncza *Facecja*, ale także tablica, na której się

<sup>29</sup>M. Kamińska, *Niećne memy...*, s. 50.

<sup>30</sup>L. Lessig, *Remiks. Aby sztuka i biznes rozkwitły w hybrydowej gospodarce*, Warszawa 2009.

<sup>31</sup>A. Wileczek, *Mowa pisana. Pismo mówione...*, s.172.

pojawia, jest swoistym tekstowym konglomeratem, wymagającym innego już niż tradycyjny kodeks typu lektury i odbioru. Z jednej strony jest to czytanie wymagające podjęcia działania, do pewnego stopnia interaktywne (lajki, komentarze, udostępnienia, polecenia i tym podobne). Z drugiej – wydaje się pod wieloma względami inne od tego, którego wymaga tradycyjny kodeks. Oceniać to zjawisko można różnie, trudno jednak nie zauważyć zmian, które ciągle mają miejsce. Trafnie posumował to zjawisko Maciej Maryl, zauważając, że:

Literatura nie jest dziś głównym narzędziem socjalizacji i akulturacji, choć nadal pełni istotne funkcje w społeczeństwie. To właśnie określenie i zbadanie tej swoistości kultury literackiej obok innych systemów medialnych (film, telewizja, internet, gry komputerowe...) wydaje się najbardziej palącym zadaniem wiedzy o kulturze literackiej...<sup>32</sup>.

<sup>32</sup>M. Maryl, *Literatura i e-społeczeństwo*, „Teksty Drugie” 2012, nr 6, s. 9.

# SŁOWA KLUCZOWE:

## LITERATURA NA FACEBOOKU

### **ABSTRAKT:**

Media społecznościowe stały się już nie tylko narzędziem służącym podtrzymywaniu relacji międzyludzkich, ale i platformą rozpowszechniania literatury, a także jej istotnym tematem. Do grupy tekstów wykorzystujących nowe media nie tylko jako narzędzie transmisji, ale również temat i tworzywo należą publikowane na portalu Facebook od listopada 2012 *Facecje*. To rodzaj słowno-obrazowych kolaży, które „przepisują” istotne historyczne wydarzenia czy utwory literackie na język nowych mediów, budując na ich podstawie cykl komentarzy (graficznie idealnie odzwierciedlający rzeczywisty interfejs Facebooka) czy dyskusję SMS-ową. Interpretacja takiej *Facecji* wymaga nie tylko kompetencji i wiedzy historycznej, ale także „cyberpiśmienności” i orientacji w specyfice medium. *Facecje*, choć z założenia satyryczne, dostarczają również wiedzy z zakresu funkcjonowania mediów społecznościowych. Mają także być rodzajem wymagającej alternatywy dla internautów znudzonych niskim poziomem rozpowszechnianych w internecie żartów.

# media społecznościowe

# Facecje

*literatura a nowe media*

#### **NOTA O AUTORZE:**

Barbara Kulesza-Gulczyńska – od 2013 roku doktorantka w Zakładzie Literatury i Kultury Nowoczesnej na Wydziale Filologii Polskiej i Klasycznej UAM. Absolwentka Międzykierunkowych Indywidualnych Studiów Humanistycznych. Do jej głównych zainteresowań badawczych należą: literatura internetu (szczególnie twórczość fanowska), zjawiska związane z przenikaniem się starych i nowych mediów, kultura popularna oraz działania i funkcjonowanie wspólnot fanowskich. Opublikowała wiele artykułów, m.in.: *Zagadnienie autorstwa w utworach fan fiction. Fandom jako kolektyw twórczy*, w: *Re-miks. Teorie i praktyki*, red. M. Gulik, P. Kaucz, L. Onak, Kraków 2011; *Znaczenie Internetu w rozwoju fan fiction, czyli twórczość fanowska i nowe media*, w: *Media – kultura popularna – polityka. Wzajemne oddziaływania i nowe zjawiska*, red. J. Bierówka, Kraków 2014 oraz *Czym się różni autor od ałtora, czyli fanowskie gry z autorstwem*, „Tekstualia” 2015, nr 2. |